

**Designérské kolekce módy a oděvních doplňků  
z hlediska grafického designu.**

BcA. Alžběta Landsbergerová

---

Diplomová práce  
2008



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav reklamní fotografie a grafiky

akademický rok: 2007/2008

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Alžběta LANDSBERGEROVÁ**

Studijní program: **N 8206 Výtvarná umění**

Studijní obor: **Multimedia a design**

Téma práce:

**1. Teoretická část:**

**Mladé designérské kolekce módy a módních doplňků z pohledu grafického designéra**

**2. Praktická část:**

**Designérská značka dámské módy a módních doplňků**

Zásady pro vypracování:

**1. Teoretická část:**

rozsah práce: minimálně 40 stran + přílohy, odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané šablony .rtf) ve formátu PDF na 1 ks CD nosiči, dále odevzdat 2 vytištěné výtisky elektronické podoby, 1 výtisk graficky zpracované diplomové práce, která může mít volnější grafickou podobu.

Pokyny pro vypracování: prostudujte a analyzujte dostupné materiály vážící se k zadanému tématu, formulujte své závěry a získané vědomosti.

**2. Praktická část:**

rozsah práce a pokyny pro vypracování: vytvořte variantní návrhy projektu a koncepci grafického zpracování, ve druhé fázi práce zpracujte zvolenou variantu projektu v maximálně možném rozsahu, praktickou část práce odevzdejte vytištěnou a patřičně adjustovanou v jednom provedení, včetně 1 ks CD nosiče.

Rozsah práce: viz **Zásady pro vypracování**  
Rozsah příloh: viz **Zásady pro vypracování**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/umělecké dílo**

Seznam odborné literatury:

**Doporučené zdroje:**  
veškeré knihovnické zdroje na území ČR, webové stránky vztahující se k tématu,  
odborné časopisy a další literatura po konzultaci s vedoucím práce.

Vedoucí diplomové práce: **M. A. Lenka Baroňová**  
Ústav reklamní fotografie a grafiky  
Datum zadání diplomové práce: **7. ledna 2008**  
Termín odevzdání diplomové práce: **9. května 2008**

Ve Zlíně dne 7. ledna 2008



doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.  
*děkan*



*V. Ondroušek*  
MgA. Václav Ondroušek  
*ředitel ústavu*

## ABSTRAKT

Tato diplomová práce je převážně o mladých designérských kolekcích oděvů a šperků, přičemž se věnuje jak českým, tak i zahraničním značkám. Po přečtení by měl člověk získat základní přehled o designérských módních značkách a obchodech, kde se dají tyto oděvy pořídit.

Klíčová slova: design, móda, oděvy, e-shop, urban toys, urban vinyl, design toys, vinyl toys, hračky, trička, šperky, tašky, kabelky, módní kolekce, grafika

## ABSTRACT

This diploma work is mainly about the young fashion and jewellery collections. It is about the czech brands and also about the brands abroad. After reading you should have the basic overview about the designers fashion brands and about the shops, where you can buy these clothings.

Keywords: design, fashion, clothing, e-shop, urban toys, urban vinyl, design toys, vinyl toys, toys, t-shirts, jewellery, bags, hand-bags, fashion collections, graphic

Na tomto místě bych chtěla velice poděkovat paní Lence Baroňové za odborné vedení mé diplomové práce a za velmi příjemné konzultace nad diplomovou prací. Dále chci moc poděkovat mé spolužačce a úžasné kamarádce Adélce Bajgarové za spolupráci na praktické části našeho společného projektu a v neposlední řadě mému neméně úžasnému příteli, Martinu Pospíšilovi za spoustu cenných rad, informací, pomoci a za psychickou podporu a že to se mnou vydržel i když se mnou to bylo občas (při tvorbě na mé práci) přímo k nevydržení. A ještě chci poděkovat mojí rodině, především pak mamince a mé tetě a to za korekturu pravopisných chyb a za spoustu užitečných rad.

Děkuji moc všem!

## OBSAH

<b>I</b>	<b>OBSAH.....</b>	<b>6</b>
<b>II</b>	<b>ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
<b>III</b>	<b>I.11</b>	
<b>IV</b>	<b>TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>11</b>
<b>V</b>	<b>1 DESIGNÉRSKÁ TRIČKA – POTISKY TRIČEK .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1</b>	<b>FASHION LABELS - DESIGNÉRSKÉ KOLEKCE V ČESKÉ REPUBLICE.....</b>	<b>13</b>
1.1.1	YOUNGPRIMITIVE .....	14
1.1.2	DEFECT .....	16
1.1.3	GLSH.....	17
1.1.4	VOHOZ.....	18
1.1.5	BUMBARIS PARIS.....	19
1.1.6	LUCIA BARTKOVÁ.....	21
1.1.7	MOMENTPRODUCTION .....	21
1.1.8	NUGGET.....	22
1.1.9	SEGRA SEGRA.....	23
1.1.10	NIKOLA MOUSTAFA .....	24
1.1.11	MOJEMOJE .....	24
1.1.12	LEEDA .....	25
1.1.13	BOO .....	26
1.1.14	URBAN LEGEND .....	28
1.1.15	INFANTIA .....	29
1.1.16	VITAMIN .....	29
1.1.17	PUNKTURA.....	30
1.1.18	MILION DOLAR .....	30
1.1.19	TRAUTENBERK .....	31
1.1.20	ZVRHLÝ VKUS .....	32
1.1.21	MIMIKRI.....	32
1.1.22	ANIMALER .....	34

1.1.23	CABLEART.....	34
1.1.24	MAYDA.....	35
1.1.25	CHATTY.....	36
1.1.26	YAXI TAXI.....	37
1.1.27	FUGU.....	37
1.1.28	EYECLASH.....	38
1.2	FASHION LABELS - DESIGNÉRSKÉ KOLEKCE V ZAHRANIČÍ.....	<b>39</b>
1.2.1	THREADLESS (USA).....	39
1.2.2	POPULAR (SLOVENSKO).....	39
1.2.3	HUMAN EMPIRE (NĚMECKO).....	40
1.2.4	BLABLA (USA).....	41
1.2.5	ZOO YORK (USA).....	42
1.2.6	TOKIDOKI (ITÁLIE).....	43
1.2.7	AIKO.....	45
VI	2 OBCHODY S DESIGNOVOU MÓDOU A MÓDNÍMI DOPLŇKY.....	<b>47</b>
2.1	E-SHOPY (INTERNETOVÉ PRODEJNY).....	<b>47</b>
2.1.1	CATGANG.CZ.....	47
2.1.2	FRESHLABELS.CZ.....	48
2.1.3	GOPOPULAR.COM.....	49
2.1.4	YPSHOP.CZ.....	50
2.1.5	DEFECT.CZ.....	50
2.1.6	INFANTIA.CZ.....	51
2.1.7	URBANLEGEND.CZ.....	51
2.1.8	VITAMINFASHION.COM.....	52
2.1.9	BOO.CZ.....	52
2.2	KAMENNÉ OBCHODY.....	<b>53</b>

2.2.1	POUR POUR .....	53
2.2.2	TOALETTE.....	54
2.2.3	PARAZIT.....	54
2.2.4	HARD-DE-CORE .....	55
2.2.5	REVOLVER .....	56
2.2.6	SCANDAL .....	56
2.2.7	KEBAB .....	56
2.2.8	INTER-ZONE .....	56
<b>VII</b>	<b>3 DESIGNOVÉ HRAČKY (DESIGN TOYS, VINYL TOYS).....</b>	<b>58</b>
<b>VIII</b>	<b>4 DESIGNOVÉ BOTY (SNEAKERS).....</b>	<b>62</b>
<b>IX</b>	<b>5 MÓDNÍ PŘEHLÍDKY, VÝSTAVY A JINÉ AKCE ZAMĚŘENÉ NA DESIGN A MÓDU .....</b>	<b>63</b>
5.1	PRAGUE FASHION WEEKEND .....	63
5.2	DESIGNBLOK.....	63
5.3	STYL A KABO.....	64
<b>X</b>	<b>II .....</b>	<b>65</b>
<b>XI</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>65</b>
<b>XII</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>75</b>
<b>XIII</b>	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>76</b>



## ÚVOD

Šaty nemusí být jen čistě účelnou záležitostí, ale prostředek k vyjádření vlastní osobnosti, smyslu pro humor a výtvarného cítění. Spousta lidí touží vypadat jinak a nesplývat s davem a mnozí lidé chtějí nosit něco jedinečného. Také móda je způsobem komunikace se světem. Naše šaty jsou plakátem, skrze nějž vyjadřujeme svůj postoj k životu a světu. Protože jak by řekl Nicholas Cage ve Zběsilosti v Srdci Davida Lynche: „Tohle sako z hadí kůže je výrazem mé individuality a víry v osobní svobodu člověka.“

V následujícím textu jsem se snažila zmapovat českou i zahraniční situaci té oblasti módního průmyslu, ve které je nějakým způsobem vidět práce grafického designéra, přičemž jsem se zaměřila především na firmy, které vytváří trička, poněvadž toto bylo téma, které mě zajímalo nejvíce. Tričko je z oděvů, kde se dá nejčastěji a v největší míře uplatnit grafický design asi nejděčnější, už kvůli velké plochy volné pro potisk. Nechtěla jsem ovšem zapomenout ani na šperky, brože a jiné doplňky a tak i ty se v mé práci objevují. Více jsem se zaměřila na menší, alternativnější značky, které jsou zajímavé, ale nejsou tak známé jako jiné značky s dlouholetou tradicí. Víím, že existuje celá řada skvělých projektů, které nejsou mezi lidmi moc známé, ale zasloužily by si to a existuje celá řada takových, o kterých lidé neví jen pro špatně zvládnutý marketing nebo nedostatek financí na propagaci, či prostě jen proto, že existuje celá řada nadšenců, kteří tvoří především pro svou vlastní radost a mnohdy ani nemají potřebu pouštět se do nějakého podnikání. Také jsem si potřebovala udělat jakýsi průzkum trhu pro praktickou část mé práce. Písemná práce je tedy rozdělena do dvou hlavních částí. První z nich je zaměřena na teorii, která byla velice důležitá pro další práci na mé praktické části diplomové práce. Ta je popsána ve druhé části. Tuto část jsem pak dále rozdělila do několika tématických segmentů, ve kterých píšou postupně o módních značkách v České republice, dále pak v cizích zemích. Dále jsem se zaměřila na vyhledání zajímavých obchodů v naší republice, přičemž jsem tyto obchody rozdělila na část věnovanou internetovým obchodům, tzv. e-shopům a druhou část věnovala prodejnám klasickým, tzv. kamenným obchodům. Ve třetí větší kapitole uvádím blogy zabývající se designem trik a jiných oděvů. V jedné z posledních kapitol uvádím v krátkosti alespoň pár módních akcí, které jsou v naší republice pro toto téma důležité. A v posledních dvou kapitolách se krátce věnuji dvěma disciplínám, které já osobně mám velice ráda a jsou to tzv. design vinyl toys a design sneakers. Oboje kategorie jsou v poslední době mezi lidmi velice oblíbené a jde velice zjednodušeně řečeno o sběratelství designových hraček a designové obuvi. A na

konci práce píšu, jak už jsem zmínila, o mé praktické části diplomové práce a tou je Vizuální styl autorské kolekce triček a šperků pro dívky a mladé ženy.

## I. TEORETICKÁ ČÁST

## 1 DESIGNÉRSKÁ TRIČKA – POTISKY TRIČEK

Trička jsou mezi lidmi velice oblíbená. Mají dokonce přezdívku uniforma dneška. V posledních letech zaznamenala celosvětová scéna zabývající se designovými triky obrovský boom.

Prakticky každý, kdo trička nosí, na něm chce mít osobitý design. Je v tom také určitá snaha vymezit se proti mainstreamu. Existuje nepřeberné množství malých a ještě menších značek, které se tričky, ale také jinými podobnými designovými oděvy zabývají. Za vším stojí snaha se nějakým způsobem odlišit a být originální.

Rozmach této tričkové subkultury můžeme přisuzovat relativně snadné výrobě a mezeře na trhu, mnohé malé značky tak vzešly ze vzdoru proti velikým celosvětovým brandům. To, proti čemu malé značky bojovaly, se ale postupně stává masovou záležitostí běžnou i na pultech velkých oděvních korporací. Pro běžného konzumenta se tak stírá rozdíl.

Nadnárodní prodejní řetězce pružně reagují na trendy a široká veřejnost má možnost koupit výrobek dříve dostupný jen pro pár zasvěcených. Navíc podobný výrobek jako od kultovních malých značek lze v oděvních řetězcích pořídit za nesrovnatelně nižší ceny. Zároveň však nelze tvrdit, že produkty masových výrobců vykazují výrazně nižší “uměleckou” hodnotu nebo kvalitu provedení. Přesto tu bude vždy místo pro nezávislé tvůrce a malé značky, ale bude stále těžší se nějakým způsobem vymezovat. Také přístup k technologiím a materiálům mají malí výrobci oproti oděvním gigantům omezený. Právě omezené technologie postupně přivádí i nově vznikající značky k výrobě v Asii.

Nepřeberné množství námětů na potisk trik vzešlo z internetu a z mnoha se staly opravdové kultovní předměty. Toho si všimli i tvůrci britského seriálu IT Crowd, kde se jedna z hlavních postav v každém díle objevovala v jiném triku.



Obr. č. 1 - Jedna z hlavních postav ze seriálu IT crowd ve svých tričkách.

České fandy grafických trik může těšit, že většina evropských a světových e-shopů zasílá i do ČR. Zatímco triko z Threadless.com je již masovou záležitostí a má ho už opravdu skoro každý, vlastnictví trika české provenience je leckdy raritou.

Během posledních několika let také u nás vzniklo mnoho zajímavých módních značek zabývajících se potisky triček a dalšími kousky.

### 1.1 Fashion labels - Designérské kolekce v České Republice

Již po několik let je velice módní zakládat a vytvářet designérské módní kolekce. Mladí tvůrci navrhují a vyrábějí různá trička, tílka, mikiny, čepice, tašky a další a další doplňky. Převážně to jsou designéři či grafičtí designéři, či lidé se smyslem pro design. Lidé se rádi oblékají nápaditě a jsou rádi, když si mohou nějaký takový designérský kousek pořídit a odlišit se tak od masy ostatních lidí, kteří se oblékají ve velkých obchodních společnostech a často se potom stává, že potkáváte lidi stejně oděné. Říká se o nich, že vypadají jako namnožení „přes kopírák“, schází jim originalita, nápad v oblékání. Pro ty, kteří nechtějí jít s proudem mainstreamu, jsou tyto designérské značky výborným a docela jednoduchým způsobem, jak se odlišit a být alespoň trochu jiný. Stačí jen otevřít stránku s nějakým internetovým obchodem nebo navštívit kamenný obchod, kde se tyto originální kousky dají pořídit.

Na začátek bych Vám chtěla ukázat několik českých i zahraničních značek a představit Vám jejich tvorbu:

### 1.1.1 Youngprimitive

Značku Youngprimitive vymyslel a vytvořil mladý grafický designér Filip Urban, rodák z Kroměříže již v roce 1999. V té době mladý tvůrce, jak sám o sobě tvrdí, objevil kouzlo grafických programů, marihuany a internetu a rozhodl se vytvořit si vlastní webové stránky. Začal své názory a výtvořiny publikovat na svém prvním webu, který se jmenoval ART 2000. Po roce 2001 už název webu tak nějak ztrácel smysl a Filip Urban pátral po novém vhodném názvu a značce. Jelikož byl autor mladý, v mnoha věcech, které dělal, nenacházela spousta lidí moc logiky. Jeho projev, jak písemný tak výtvarný, byl na amatérské úrovni a tak se rozhodl skrýt vše za označení mladý primitiv a aby značka lépe zněla, rozhodl se pro anglický překlad tohoto názvu. Při surfování internetem pak narazil na obrázek, který ho, jak autor tvrdí, upřímně rozesmál. Chlapík v upnutém tričku ve zvonových kalhotách držící v ruce model letadýlka v póze která mi přišla krajně primitivní. Ano! To je on! ...pomyslel si Filip a fotku si uložil na disk. Jmenovala se Venca. Venca Chládek, řekl si. Obkreslil obrys postavičky a vytvořil tak logo. Vyřezal na plotru stovky Venců a vydal se značkovat do světa. Nálepku s tímto panáčkem můžete potkat kdekoliv. Na vaší škole, na autech, motorkách, padácích, mobilních telefonech, dopravních značkách. Na Eiffelovce, stejně jako na Opeře v Sydney. Na policejním voze NYPD, Uralu, nebo Afgánistánu. Venca Chládek nás zkrátka pronásleduje všude...

Web YOUNGPRIMITIVE začali objevovat a číst lidé, pro které se ho mladý Filip Urban snažil vést. Časem si tento web našel mnoho příznivců. Byli to především lidé, které předtím nikdy neviděl, ale věděl, že mají dost společného. V názorech, zábavě, stylu života. Potkal tak lidi, kteří ho obohatili, ukázali nové věci a s několika lidmi tak navázal dokonce přátelství.

Poté se začali organizovat takzvané YOUNGPRIMITIVE srazy. Většinou se pronajme nějaká chata, klub nebo myslivecká střelnice, dostaví se lidé z různých koutů ČR a veselí se za rytmu dnb, housu, hip-hopu, nujazzu. V létě pak (vždy první víkend v srpnu) pořádají „primitivové“ YOUNGPRIMITIVE OPEN AIR festival s názvem TYNGLTANGL. Třídenní hudební festival v malé obci za Kroměříží – Bezměrov.

V poslední době Filip soustřeďuje své síly do YOUNGPRIMITIVE FASHION. Trička, mikiny, kšiltovky s osobitým designem pro všechny, kteří se cítí být součástí světa youngprimitive a rádi by tak reprezentovali snahu a myšlenky mladých primitivů a to je být svůj, respektovat a uznávat ostatní, nebýt pasivní, vymýšlet, tvořit, přemýšlet, pomáhat budovat lepší svět.

Kolekci těchto triček a dalších doplňků můžete shlédnout na stránkách [www.youngprimitive.cz](http://www.youngprimitive.cz), stejně tak jako se podívat na zajímavé fotografie z cestování autora, shlédnout zajímavé grafické projekty, podívat se na autorovo grafické portfolio a také číst osobní blog, který je plný zajímavých názorů, zkušeností a informací. [7]

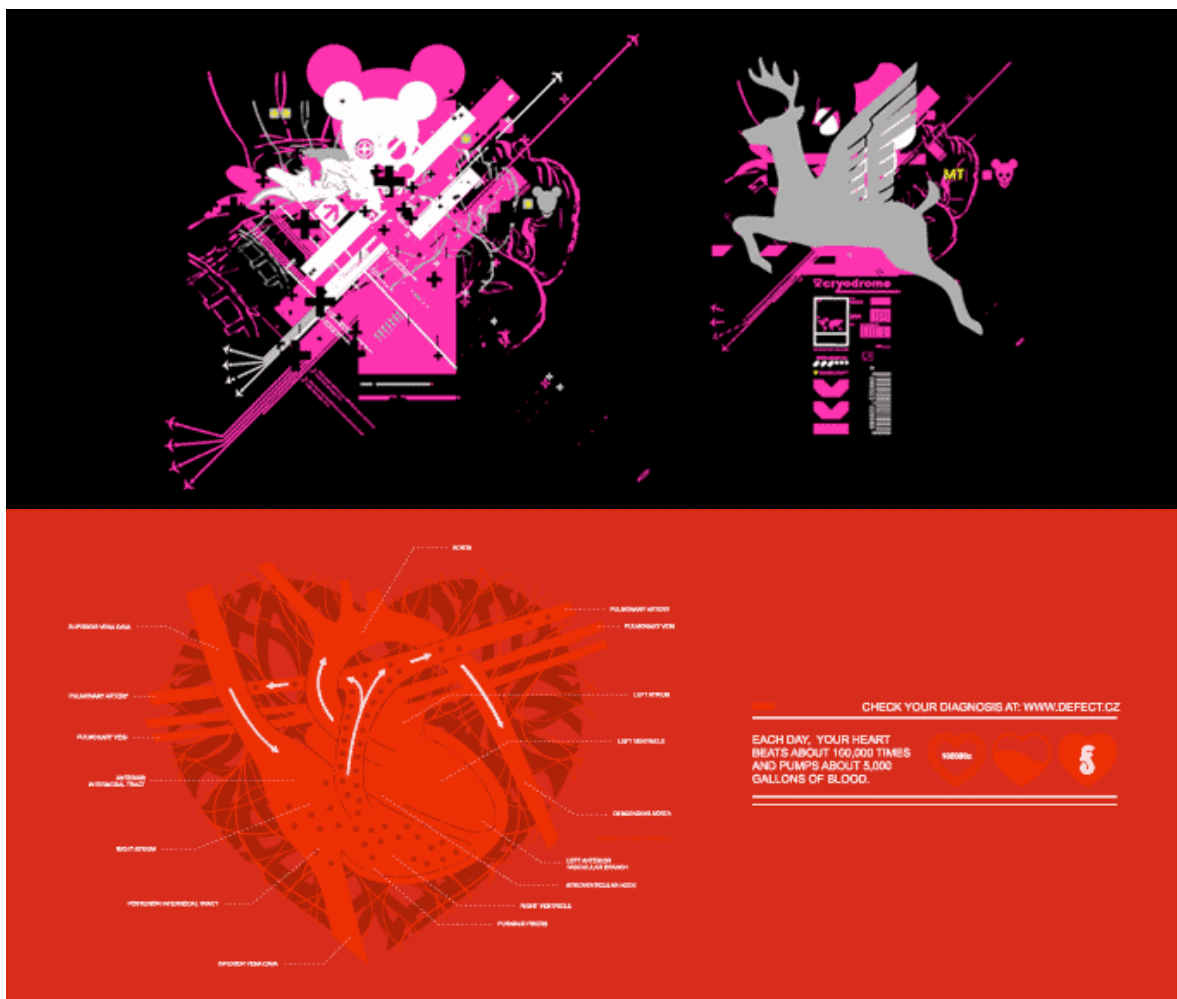


Obr. č. 2 – Fotografie triček Youngprimitive z oficiální webové stránky.

### 1.1.2 Defect

Značka triček, která vznikla v ČR. Název firmy vychází z anglického slova – defect – což znamená v překladu - nedostatek, porucha, vada, chyba, kaz, zběhnout, přestoupit (do jiné zájmové skupiny), odpadnout, emigrovat.

Seskupení designérů Defect vytváří pánské a dámské designy, které jsou vtipné a velmi neotřelé. Jsou tištěny technikou sítotisku. Autoři jsou zdravě draví a nechybí jim dostatek fantazie. Podívat se a sami se o tom přesvědčit můžete na jejich webových stránkách. Tvrdí o sobě, že se do tvorby opírají od prvního záblesku nápadu až po skřípění zubů nad co největším dotahem na kvalitě. Jinak by si nedovolili nazvat se Defect. Tvůrců, kteří se na značce podílí nebo v minulosti podíleli je poměrně dost, jmenovitě jsou to: Blažej Plowy, Daniel Špaček, Jáchym Šolar, Jan Klos, Jan Patava, Jonatan Littlefield, Lucie Míková, Michal Oppitz, Michal Tilsch, Pavel Pechman a Zdeněk Krejčí. [6]







Obr. č. 3 – Ukázky z tvorby značky Defect.

### 1.1.3 GLSH

GLSH je pražská značka, kterou založila v roce 2001 Gábina Horáková. Tašky se vyrábí v malých sériích a jsou z kvalitních materiálů se vzory navrhovanými českými designéry. Název této značky je vlastně zkratka tří jmen. Galoshka je přezdívka od designéra Štěpána Adámka, Goulash je přezdívka od zákazníků a Girlish (v angličtině dívčí) od nadšenců. Gábina nejprve pracovala v reklamních agenturách, kde se starala o produkci. Jednoho dne se rozhodla, že stále vytváří věci pro druhé lépe by bylo začít dělat něco vlastního. Tak vznikla značka GLSH.

Každý rok požádá jiného designéra, aby vytvořil nový vzhled kolekce, takže každá kolekce má jiného ducha a jiný styl. Při zakoupení kabelky vás čeká i malé překvapení. Uvnitř každé kabelky najdete například píšťalku nebo sérii zábavných samolepek, které si zároveň můžete bezplatně objednat i na webových stránkách.

Všechny kabelky jsou vyráběny z kvalitních materiálů určených pro výrobu tašek. I přesto, že bylo Gábíně nabízeno, aby si nechala kabelky šít v Asii, chtěla své věci vyrábět u nás a pokud možno v malých sériích. Kolekce kabelek, batohů a tašek jsou tak vždy v sérii 40 až 100 kusů. Cena kabelek se pohybuje kolem 1190,- Kč, což není málo, ale zato budete mít originální a stylový výrobek.

Kolekce GLSH obsahují i trička a tílka z kvalitní bavlny, na kterých jsou potisky korespondující s jednotlivými kolekcemi.

Kabelky se dají zakoupit na [www.glsh.cz](http://www.glsh.cz) nebo ve vybraných obchůdcích po celé Praze.



Obr. č. 4 – Gábina Horáková na fotografiích se svými taškami.

#### 1.1.4 Vohoz

VOHOZ navrhuje originální potisky na oblečení a doplňky. Kolekce vznikají v několika málo kusech a po vyprodání jsou nahrazeny novými modely.

U značky VOHOZ si můžete nechat navrhnout vlastní originální potisk. Také si u nich můžete nechat potisknout oblečení firemním logem nebo jinou odpovídající grafikou kterou si sami přinesete.

Technologie, kterou pro aplikaci obrázků používají, se nazývá transferový tisk. Obrázky jsou nejdříve vyřezány ze speciální folie, pak přeneseny na textil a v zažehlovacím lisu při vhodné teplotě a tlaku natrvalo fixovány. VOHOZ používá kvalitní trička značky Continental. VOHOZ vyrábí kromě triček také sukně, tašky, polštáře a další výrobky. Firma na svých výrobcích používá několik typů transferových fólií. PROFIFLEX a PRIMUFLEX je hladká, silně krycí, velmi tenká, pružná a elastická. Používá se k popisu

textilu z bavlny, polyesteru, akrylu, vlny, látek ze směsi minerálů. PROFIFLOCK a PREMIUMFLOCK je sametově měkká s chlupatým povrchem. Používá se k popisu textilu z bavlny, polyamidu, akrylu, vlny, směsi vláken.



Obr. č. 5 – Výrobky od značky Vohoz.

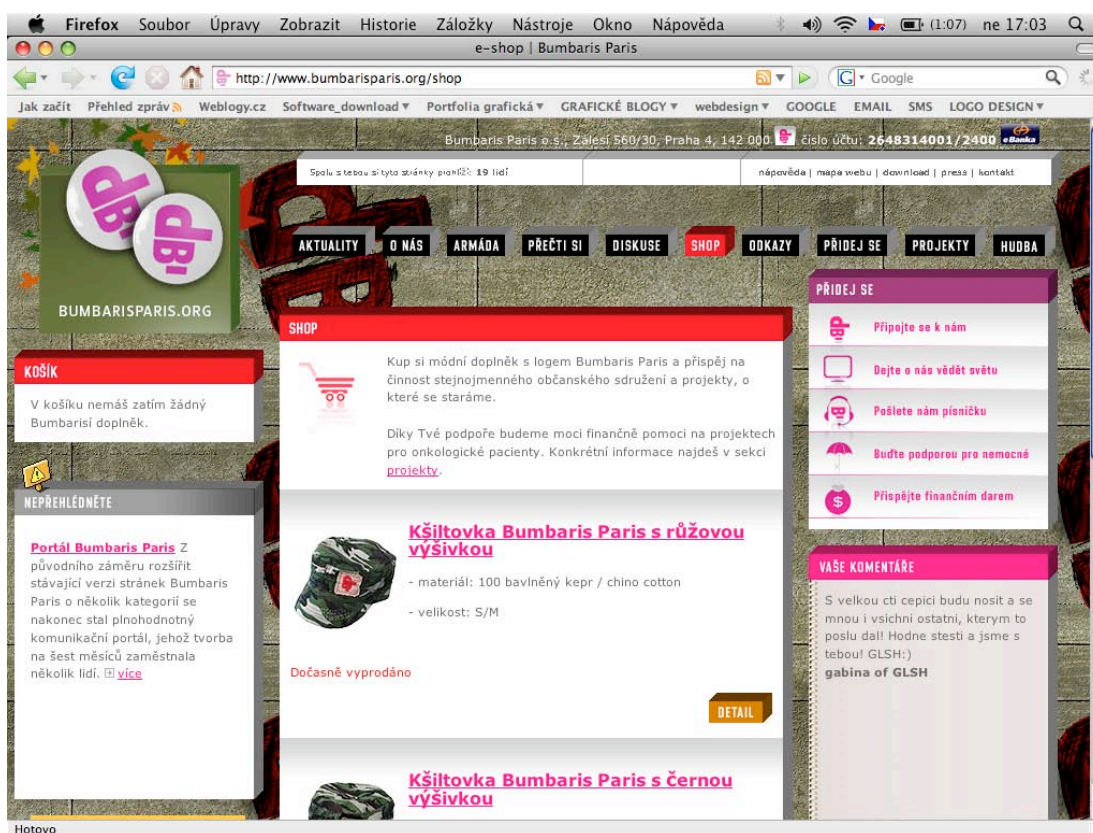
#### 1.1.5 Bumbaris Paris

Tato značka vznikla z nápadu, který se zrodil v hlavě mladého grafického designéra Honzy. Honza onemocněl smrtelnou nemocí – rakovinou. Potřeboval se vypovídat ze svých pocitů, a proto si založil internetový deník (blog) Bumbaris Paris. A právě na tomto

blogu vznikl nápad s prodejem čepic. Jelikož při léčbě chemoterapií člověku vypadají vlasy, potřebuje na hlavě mít čepici, aby se necítil nepříjemně. Honza tedy na svém blogu vyhlásil sbírku čepic a sešla se jich pěkná řádka. A tak byl na světě nápad, že by se prostřednictvím čepic mohlo pomoci více lidem s podobným osudem.

Tak vznikl projekt Bumbaris Paris, jehož symbolem je pokrývka hlavy. Projekt chce upozornit na všechny, kteří prochází tím, co tato nemoc obnáší, a samozřejmě i těm, kteří nemocné podporují. Finanční prostředky, které se prodejem čepic získají, půjdou na účet Nadace pro transplantace kostní dřeně. Vzhled čepic je pravidelně obměňován a bude navrhnut osobnostmi českého designu. Už nyní je možné si je koupit přes internet na webových stránkách [www.bumbarisparis.org](http://www.bumbarisparis.org). Čepice stojí 299,- Kč a limitovaná edice 1999,- Kč.

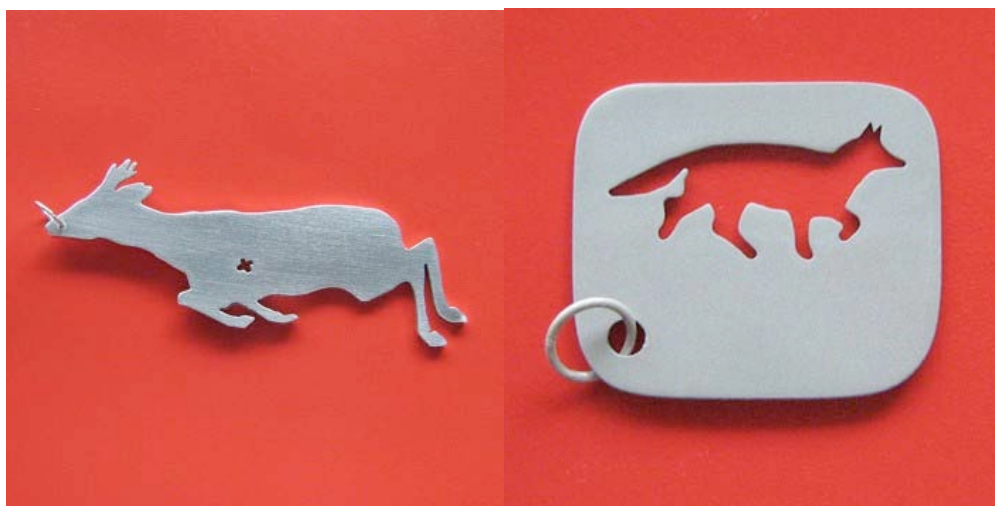
Logo Bumbaris Paris, které je na čepicích vyšité, je složeno z počátečních písmen BP. Jejich otočením o devadesát stupňů vznikl stylizovaný obličej – postava s brýlemi a čapkou na hlavě. [21]



Obr. č. 6 – Internetová stránka Bumbaris Paris.

### 1.1.6 Lucia Bartková

Lucia Bartková navrhuje a vytváří šperky z různých materiálů (kov, plast, textil). Šperky, které nabízí v kolekci "Rouge" jsou vyrobené z kovu a představují svět zvířat. Jsou ručně vyřezávané a jejich matný povrch je chráněný vrstvou laku. Můžou se stát originálním doplňkem oděvu, tašek, mobilů nebo přívěskem na klíče.



Obr. č. 7 – Brože od autorky Lucie Bartkové.

### 1.1.7 Momentproduction

Milují jeleny a tak z jejich loga skočily rovnou do jejich životů a na brože, přívěšky, sponky, čelenky a náušnice...atd. [51] Tito designéři mě svou tvorbou velice zaujali, a to nejen svými produkty, ale především také velmi profesionálními, barvami hýřícími fotografiemi. Jejich fotografie zaujmou, jednak pro svou technickou dokonalost, ale určitě také díky velmi dobře vybraným modelům a modelkám. Jsou to opravdu velice kvalitní fotografie na profesionální úrovni, které by se mohly s přehledem objevit v módním časopise, jako je třeba Cosmopolitan nebo Vogue a dobře by tam zapadly.



Obr. č. 8 – Ukázka z portfolia značky Momentproduction.

#### 1.1.8 Nugget

Tato oděvní značka, zaměřená především na módu úzce spjatou se skateboardingem, snowboardingem a podobnými sporty vznikla v roce 1999. Tehdy se parta mladých lidí rozhodla vytvořit značku, která by splňovala jejich představy o oblečení a zároveň v sobě odrážela věci, kterým se věnují a mají rádi. Založili tedy značku, inspirovanou jejich životním stylem.

Značka je rozdělena do dvou hlavních produkcí. Řada Nugget clothing systems je určena především pro skateboarding a městské oblečení. Pod označením Nugget outerwear systems se vyrábí snowboardové oblečení a doplňky na zimu. Více než polovina produkce vzniká v jejich vlastní krejčovské dílně v Brně.

Nugget dělají maximum pro to, aby každý kus oblečení, který vyprodukují, byl vyroben z vysoce kvalitních materiálů a byl opravdu bezchybně zpracován. Výrobky testují rovnou sami a také jejich týmoví jezdci a snaží se oblečení neustále vylepšovat. [50]

Do Nugget týmu spadají také profesionální skateboardisté a snowboardisté, kteří firmu reprezentují na soutěžích a často sklízí úspěchy.

Kromě e-shopu, který navrhuje jeden z grafiků, (Filip Urban, kterého jsem zmiňovala již jako tvůrce stojícího za značkou s názvem Youngprimitive) mají Nugget také kamenný obchod. Otevřeli ho v únoru roku 2003 v Brně na Běhounské ulici, avšak ten byl po roce úspěšného fungování přestěhován do většího prostoru na ulici Orlí. Současná prodejna už je dvoupatrová. Kromě kompletní kolekce Nugget prodávají také mnoho dalších značek podobného stylu.

Oděvy si navrhují sami, ať už jde o potisky triček či v současné době velice zajímavých a trendy rastrů, kterými mají potištěné látky, ze kterých potom nechávají šít bundy a jiné oděvy.

Značka Nugget začínala v malém, ale v dnešní době je jistě jednou z nejoblíbenějších a nejproslulejších značek pro lidi milující skate módu.



Obr. č. 9 – Trička Nugget z kolekce na rok 2008.

#### 1.1.9 Segra segra

Pod touto design značkou stojí dvě sestry, tak vznikl také jejich název. Jejich kousky poznáte podle originální cedulky, kterou mají vždy zvenku oblečení. Jejich filosofií je, že cedulka na oblečení nemá být něco, co každý hned jen tak ustříhne, protože ho tlačí za krkem. Cedulku berou jako jejich label a zároveň reklamu. Je to jejich názor, který autorky lidem servírují v různých barevných i tvarových variacích. Jejich oděvy můžete zakoupit třeba v obchodě Parazit v Praze poblíž Staroměstského náměstí. [42]



Obr. č. 10 – Ukázka z tvorby značky Segra Segra.

### 1.1.10 Nikola Moustafa

Velice originální až skoro bizarní šperky, které se dají zakoupit například v obchodě Parazit v Praze. Bohužel autorka nemá v současné době zatím zpracované své portfolio na internetových stránkách a tak jsem nenašla více, než pár fotografií.



Obr. č. 11 – Ukázka z tvorby značky Nikola Moustafa.

### 1.1.11 Mojemoje

Mojemoje je poměrně nová značka Studia Najbrt, pod kterou vznikají úzce limitované série produktů v různých oblastech designu.

Některé výrobky vytváří ve vlastní produkci, ale také hledají další spolupráci s různými výrobci. Mojemoje vyrábí designové hrnečky, kulichy, trička, placky, lyže, snowboardy a další. Zaujala mě kolekce triček Zuzany Lednické, která vyhledává a nakupuje stará trička v secondhandech, poté na ně natiskne logo mojemoje a pod jejíma rukama tak vznikají ze starých obyčejných a ošklivým triček zajímavé designérské kousky.



Obr. č. 12 - Hrnečky, tričko a taška z kolekce pod značkou Mojemoje.



### 1.1.12 Leeda

Mezi další velice výrazné značky na české scéně patří seskupení s názvem LEEDA. Tuto značku tvoří dvě módní návrhářky Lucie (Lucie Kutálková a Lucie Trnková). LEEDA vznikla už v roce 1989 a do roku 2003 se zabývala výrobou outdoorového oblečení. Značka LEEDA se věnuje vytváření stylových a tematických kolekcí, které jsou vždy omezené na určitý počet kusů. Současně tato značka sdružuje lidi, kteří působí v oblasti dnešního designu, architektury, fotografie, filmu a hudby. Jejich projekt LEEDA BERLIN 2006 byl k vidění například na akci Designblok 06.

Kolekce oděvů v rámci tohoto projektu je inspirovaná filmy Wima Wenderse a současným Berlínem. Oděvy jsou šity z látek, které jsou potisknuty celoplošným potiskem. Tento potisk obsahuje fotky, které byly nafoceny speciálně pro tento účel a obsahují prvky berlínské architektury.

Na projektu LEEDA BERLIN 2006 mimo jiné spolupracovali: Marek Novotný - foto, Tomáš Luňák – film, Olga Benešová a Mario Corradini – grafický návrh potisků.

Součástí kolekce LEEDA BERLIN 2006 jsou startovní modely pro muže Le\_Eda, těhotenská móda – doubleLeeda a oblečení pro vysoké longLeeda. Tyto nové kolekce se budou nadále rozšiřovat a rozvíjet.

Značka LEEDA se věnuje také individuální zakázkové výrobě, v rámci této výroby je poskytnuta konzultace a poté je návrh realizován.

Dále spolupracuje na projektu Mojemoje, což je nová značka Studia Najbrt, pod kterou vznikají úzce limitované série produktů z různých oblastí designu.

Vlastní také kamenný obchod, který najdete na ulici Bartolomějská v Praze. Architektky jejich prodejny jsou Mirko Neckář a Pavel Griz.



Obr. č. 13 - Náhled webové stránky značky Leeda.

### 1.1.13 Boo

Hlavním důvodem k vzniku této značky bylo vytvoření prostoru, kde by mohli své věci vystavit, nabízet a konečně také prodat tvůrci, kteří by jinak tuto možnost neměli. Stránky nevznikly za účelem profitu, ale za účelem podpory těch, kteří pomoc potřebují. Nic na jejich stránkách není masově produkováno a umělci/tvůrci jsou placeni poctivě podle materiálu a času. Vše, co u značky BOO můžete koupit, je vyráběno s láskou a péčí.

Časem by měla vzniknout spolupráce s různými neziskovými organizacemi, jako jsou chráněné dílny nebo dětské domovy. Předměty z jejich produkce by měly být představeny na jejich webových stránkách.

Možná by Vás potěšilo, kdyby jste si mohli koupit výrobek (nebo dárek), za kterým by jste viděli konkrétního člověka - tvůrce. V době, kdy značka firmy je kladena nad ostatní hodnoty výrobku, kdy někdo diktuje, co si máme oblékat, co jíst, s kým souhlasit a na koho nadávat, Boo chce nabízet alespoň malou alternativu.

Boo chce podpořit šikovné lidi - tvůrce - kteří mají potřebu tvořit. A chce, aby se jejich výrobky dostaly do povědomí. Autoři tvoří výrobky podle principů DIY. Z anglického – Do it yourself – udělej si sám. Chce, aby se kruh uzavřel a tento výrobek - z rukou konkrétní osoby - měl možnost dostat se do rukou jiné osoby, která z něj bude mít radost a bude si vážit cesty, kterou prošel. Je rozdíl nakupovat od konkrétního člověka a je rozdíl nakupovat v hypermarketu.

Boo nabízejí také hračky - látkové panenky, dřevěné vláčky atd. Upřednostňují předměty z ekologicky recyklovatelných materiálů, ručně vyráběné, dotvořené apod. Dále nabízejí: oblečení (trička, pletené zboží - šály, rukavice, čepice...), doplňky, tašky, pásy, papírnické zboží, ziny, knížky (ručně vyráběné, ale také s tématy o ekologii, právech lidí a zvířat apod.), šperky, spony, sponky, placky, peněženky, keramiku, grafiky, malby, fotografie, koláže, domácí potřeby... a další.

Boo nechtějí nabízet: kosmetiku ani potraviny, publikace, motivy, které jsou nositelem myšlenky, se kterou nesouhlasí (potlačování práv, rasismus, sexismus, užívání drog apod.), předměty, které jsou zbytečně drahé, předměty nekvalitní, výrobky z kůže zvířat. [8]

Tento projekt je velice zajímavý a vznikl jako diplomová práce na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně v roce 2007 pod rukama grafické designérky Jany Kudrnové.



Obr. č. 14 – Tričko, placky a taška od značky BOO.

#### 1.1.14 Urban Legend

Urban legend je v překladu mýtus, příběh, povídačka. Kamarád kamaráda říkal. Tento mýtus může být pravdivý, ale lidé si rádi přidávají, mění fakta.

Značka Urban Legend vznikla na počátku roku 2007 v grafickém studiu Draw etc. Designéři z tohoto ateliéru se rozhodli založit vlastní módní značku a dělat věci po svém. Vznikl tak label Urban Legend a s ním také první kolekce. Urban Legend chtějí dělat věci, které se jim líbí. V první kolekci se pustili do triček a několika doplňků. Mají velice osobitý vkus a jejich identita je založena na vynikajících černobílých ilustracích, které kreslí jeden z grafiků DRAWetc. Přestože jsou mezi autory těchto designů pouze muži, zvládají velice dobře vytvářet také návrhy pro dívky. Do seskupení Urban Legend patří tito: Daniel „Danchez“, Korta, Jarin Němeček, Vladimír Strejček, Jirka Franta a Honza Jiříček. Jarin Němeček se postaral o produkci a spolu s Danchezem připravil designy a website. [18]



Obr. č. 15 – Ukázka z tvorby značky Urban Legend.

### 1.1.15 Infantia

Tato česká firma vyrábí velice zajímavé vzory pánských a dámských trenýrek a ponožek. Bohužel jsem jako grafická designérka byla poměrně zklamaná kvalitou webových stránek. Grafika webu značně pokulhává za grafikou jak samotných výrobků, tak jiných webových prezentací zde zmíněných značek, vytvářejících módní designérské kousky.



Obr. č. 16 – Dámské a pánské trenýrky značky Infantia.

### 1.1.16 Vitamin

Vitamín je mezinárodní spolupráce dvou designérek z Čech a Slovenska, Anny a Jany. Navrhují a vyrábí módní a bytové doplňky, zejména tašky, obaly na notebooky, kapuce, polštáře a deky. Jejich specialitou je originální plastický potisk, vytvořený technikou sítotisku. Kolekce vznikají v menších sériích a po vyprodání jsou nahrazeny novými modely.



Obr. č. 17 – Ukázka z produkce tašek od značky Vitamin.

### 1.1.17 Punktura

Punktura navrhuje oblečení, jak už sám název evokuje, s převážně punkovými motivy. Skřížené lebky, žiletky, dívka s pistolí, sex and violence nebo sid vicious a podobné motivy. Na své si přijdou jak kluci tak holky a nejen ortodoxní příslušníci ovlivnění punkovým stylem. Mají svoje pracovní heslo: „Recycle or die“. „Recykluj, nebo zemři“. Jejich kolekce je široká, nejde zdaleka jen o trička, vyrábí také mikiny, tílka, kravaty, placky, tašky...atd. Samozřejmě jako většina značek podobného ražení si navrhují a hlídají od začátku do konce celou výrobu sami. Některé kousky jsou pouze v jediném kusu – takže stoprocentní originály. [53]

### 1.1.18 Milion Dolar

Miliondolar je seskupení dvou studentek, zjevně také nerozlučných kamarádek (Adéla Vinšová - Češka a Janka Bieliková - Slovenka) z Fakulty multimediálních komunikací ve Zlíně, studujících obor design oděvů. Na jejich webu o sobě píší: [49] „Jsme dvě a dvě zůstaneme, chodíme do sekáče, taky do školy a pod značkou Miliondolar tvoříme vlastní fashion design a ne jen to, chceme chovat andalúzské hřebce, slepice, králíky a taky pěstovat mrkvičky a kedloubky.“ „A proč miliondolar? Dáváme starým veciam nový lesk a novým veciam ešte novší lesk“: to tvrdí jedna z autorek. Jejich móda je velice zajímavá a neotřelá, každý jejich kus je ručně vytvořeným originálem.



Obr. č. 18 – Ukázka z tvorby dua Milion Dolar.

#### 1.1.19 Trautenberk

Trautenberk je nazávislá oděvní značka razící ručně vyráběný a nevšední design. Vyrábí trička podle vlastního střihu a s originálním designem potisku. Trička jsou z vysoce kvalitní bavlněné tkaniny s příměsí lycry. Před vlastním šitím jsou jednotlivé díly střihu potištěné, tímto způsobem je možné dosáhnout specifického efektu. Značka Trautenberk nabízí zákazníkům prozatím výhradně trička, ale ne jen tak ledajaké. Kolekci Trautenberk předcházela dlouhý čas strávený nad návrhy grafické podoby, samotného střihu a výběru materiálu. Tvůrci si troufají říct, že značka Trautenberk dokáže oslovit každého, kdo má dobrý vkus a smysl pro individualitu. Trička jsou pouze v limitovaných sériích maximálně po 50 kusech. Pro dosažení jedinečnosti se Trautenberk nebáli v případě nové kolekce modelů Tribute a Direction zajít s počtem vyrobených kusů ještě dále, a proto je téměř každý originál ušitý jedinečným způsobem.

Dalším výrazným bodem projektu je záměr spojit módu s elektronickou hudební scénou a obohatit tak současnou klubovou módu. Snaží se spolupracovat jak s kluby, tak i jednotlivými umělci a tomuto žánru také odpovídá vzhled a potisk triček.[52]



Obr. č. 19 - Tričko a potisk trička od značky Trautenberk.

#### 1.1.20 Zvrhlý vkus

Original hand-made šperky a nášivky mladé designérky Veroniky Chalánkové, jejíž výtvary můžete zakoupit v pražském obchodě s mladou módou Parazit. Svoji kolekci šperků autorka nazvala velice originálně – Zvrhlý vkus. Vlastní webové stránky ve formě internetového obchodu ani portfolia autorka zatím bohužel nemá.



Obr. č. 20 - Nášivky a náušnice autorské kolekce Zvrhlý vkus.

#### 1.1.21 Mimikri

Pod značkou Mimikri tvoří autorská tvůrčí dvojice, která si říká PUK-PUK. Puk-puk je maskovací název pro aktivity zahrnující grafický design, design triček a oblečení, vjing, animované filmy, streetartovou činnost a instalace. Všechny tyto věci propojuje zálibení v příbězích, komixových hrdinech, postavičkách z animovaných filmů, piktogramech,



izotype, hračkách z dětství, čínské tradiční kultuře a japonské popkultuře, recyklaci kýče a zneužívání náboženských symbolů. Při realizaci používají kvalitní trička značek Sol's a Lambeste. Sol's je francouzský výrobce oblečení, který se snaží o etiku v podnikání tím, že některé jeho výrobky jsou produkovány podle pravidel Fair Trade, z čehož můžete mít dobrý pocit, protože tak víte, že nekupujete výrobek, který vznikl někde v zemích třetího světa a podporujete tím tedy i dobrou věc. Jiné jsou spřádané ze 100% organické bavlny a na všechny se vztahuje záruka, že výrobky neobsahují barviva škodlivá pro pokožku, azobarviva a nikl.

Mimikri mají následující ideu o své značce. Každý živočich má vrozenou potřebu splynout se svým prostředím. Člověk není žádnou výjimkou. My lidé, kteří jsme ztratili původní hnědé opičí kožíšky, jsme nuceni maskovat se oblečením. Nahý člověk stojící na autobusovém nádraží je velmi nápadný, růžově svítí, je v kontrastu s barvou svého přirozeného prostředí. Nahý člověk dlouho ve svém přirozeném prostředí nepřežije.

Mnozí si myslí, že ulice města jsou šedé. Což by znamenalo, že se i lidé musí maskovat svým oblečením do šedých tónů. Ale ulice nejsou jen šedé. Spousta barevných detailů skýtá nečekané vyžití našim očním čípkům a tyčinkám. Oranž poštovních schránek, žluté telefonních budek, zeleň odpadkových košů způsobuje to, že se i my barvíme do těchto tónů. Naším úmyslem bylo přispět k této barevnosti ulice a obohatit variace našeho mimikri. ...oblečení je mimikri ulice. [37]



Obr. č. 21 – Design triček od značky Mimikri.

### 1.1.22 Animaler

Malá česká mladá značka, která vyrábí trička, tašky ale především úžasné ručně vyráběné bláznivé brože. V tomto případě je opět vidět, že autoři jsou velice schopní výtvarníci, ale bohužel mezi nimi nejspíš není žádný grafik, protože prezentace na webových stránkách není příliš dobře vytvořena ani graficky ani programátorsky. Rovněž se z webu nedozvíme téměř žádné informace o autorech, což je také velká škoda.



Obr. č. 22 – Tričko a brože Animaler.

### 1.1.23 CableArt

Se zajímavou technikou vytváření šperků přišlo studio CableArt, jehož členy jsou výtvarnice Helena Loudová a Miroslava Krausová.

Studio se zabývá moderním šperkem vyráběným z nerezového lanka, které je dále spojeno nerezovou spojkou. Obvykle se toto lanko používá například pro upevnění popínavých rostlin u domu nebo na výrobu zábradlí moderních budov, což nic nemění na faktu, že i přesto působí šperky jako velice elegantní, nadčasové a vkusné doplňky.

Šperky jsou dále doplněny o polodrahokamy, perly nebo korálky z vinutého skla, díky čemuž vznikají jedinečné ručně vyráběné skvosty. Náramky a náhrdelníky se vyrábějí v sériích maximálně deseti kusů, což dozajista ocení každý, kdo má rád jedinečnost a originalitu. Šperky od CableArtu jsou vhodné jak pro oficiální schůzky nebo návštěvy

divadla, tak i pro běžné příležitosti, nejlépe vyniknou na jednoduchých šatech nebo kostýmku.

Důležité je zmínit i to, že kov, ze kterého jsou šperky vyrobeny, nekoroduje a nevyvolává alergie, což je jistě příznivá zpráva pro ty, kteří trpí alergií na kovové materiály.



Obr. č. 23 – Ukázka autorské kolekce šperků z kabelů CableArt.

#### 1.1.24 Mayda

Svěží oděvy pod značkou Mayda tvoří Magda Vachunová. Její oděvy jsou potisknuté malými květkami až po velké geometrické tvary. Používá techniku sítotisku, přičemž

všechny designy potisků vytváří sama. Výsledkem pak je zvláštní mix retra v duchu 60. let a současné civilní „future“ nálady. Dominantní je na modelech motiv potisku, kterému se často podřizuje také střih a výběr materiálu. Značku jsem zde zařadila kvůli úžasným grafickým nápadům na potisk látek. Potisky jsou tištěny vždy jednou barvou, avšak celkový dojem je krásně pestrý. Autorka s barvami pracuje velice dobře, stejně tak má vynikající grafické cítění, což jde z jejich oděvů velmi dobře vyčíst.

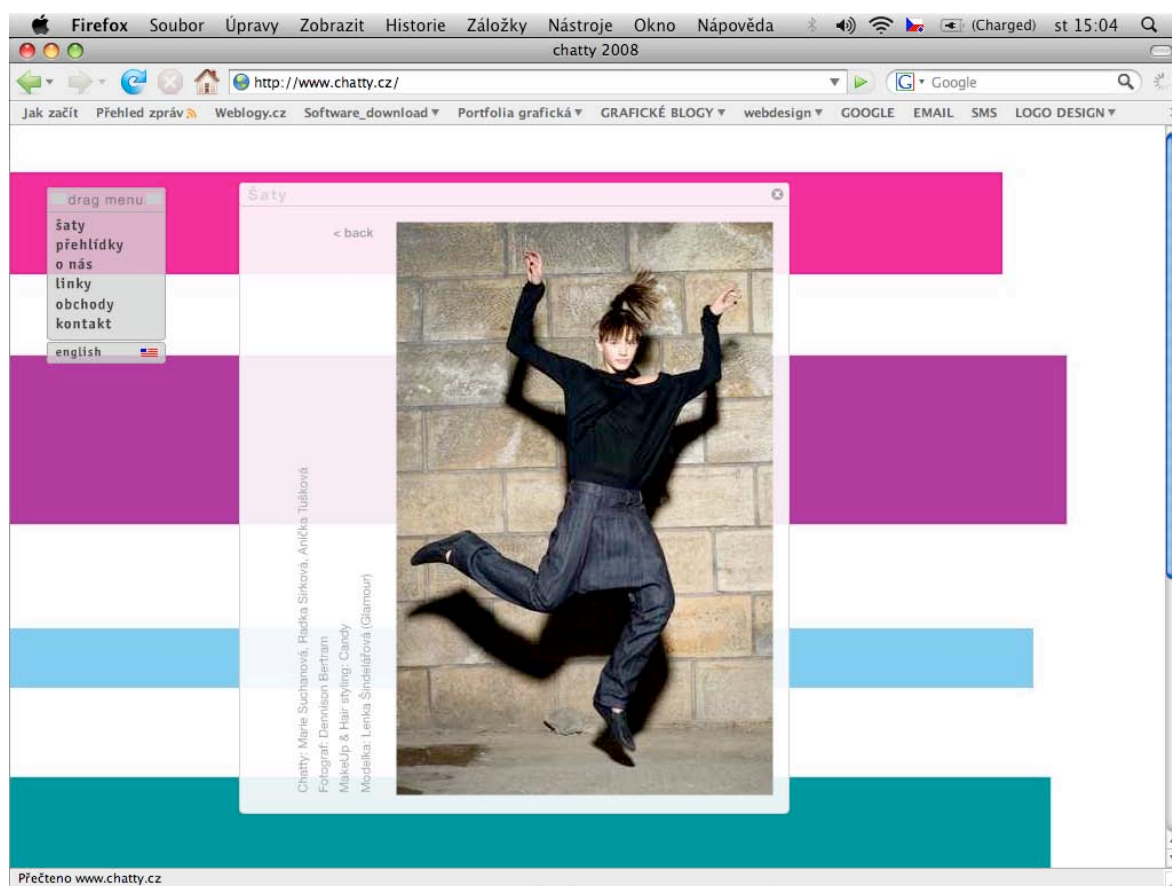


Obr. č. 24 - Ukázka z tvorby Magdy Vachunové a její značky Mayda.

#### 1.1.25 Chatty

Značku tvoří tři společnice - Anna Tušková, Radka Sirková a Marie Suchanová. Ve svých modelech už zpracovaly témata jakými jsou: folklór, počítačové hry, Hell, Japan, Porno & Comics. Jsou drzé, sebevědomé, mladé a svérázné. Sestava, jako je například tričko

v duchu streetwear skombinované s komixovým motivem a k tomu maskáčové podvazky, nenechají nikoho lhostejným.



Obr. č. 25 – Náhled webové prezentace značky Chatty.

### 1.1.26 Yaxi taxi

Zuzana Labudová, Slovenka žijící v Praze, tvoří oděvy pod značkou Yaxi Taxi, které prodává v malém obchůdku pod stejným názvem. Každý její kus je nepřehlédnutelný. Její móda je vhodná pro všechny, kteří mají rádi extravagantní oděvy a nevdí jim být středem pozornosti ostatních lidí. V těchto oděvech totiž určitě v davu nezaniknete. [42]

### 1.1.27 Fugu

Další česká „tričková“ značka, založena před několika lety manželé Helena a Tomáš Slavíkovi a sami také tvoří jejich designy. Na název přišli zcela náhodou. Tomáš slavil narozeniny v žižkovské restauraci Kabinet a hned vedle nich byl údajně vypreparovaný ježík, speciální bodlinatá ryba, která má japonský název právě Fugu. Všechny jejich výrobky jsou vyráběny podle principů fair trade. Každý, kdo si jejich oděv koupí, má tedy

jistotu, že nebyl ušit třeba neploletou šičkou někde v zemích třetího světa a nepodporuje tím špatnou věc. Ačkoli manželé Slavíkovi nemají vystudovanou žádnou umělecky zaměřenou školu, návrhy na trička zvládají skvěle. Originální je také to, že nezapomněli na nejmenší zákazníky a tak lidé milující pěkný design mohou dopřát pěkné tričko rovněž svému dítěti. Což je u nás v republice celkem ojedinělé mezi podobnými značkami. Návrhy, materiály, zpracování a nápady mají Fugu skvěle zvládnuté. Jediná věc, která mě jakožto designéra trochu zklamala, jsou ne příliš zajímavé fotografie, na kterých věci k prodeji prezentují. Fugu mají na svých stránkách také fotosoutěž. Můžete se v jejich tričku vyfotit, poslat snímek emailem a případně vyhrát nějakou pěknou cenu.



Obr. č. 26 – Ukázka triček od značky Fugu pro malé děti.

#### 1.1.28 Eyeclash

Pohodová móda v duchu „cítíte se vždy jako doma“. Každý kousek je jen v jednom provedení. Je to móda pro osobité lidi, kteří chtějí a vědí jak nosit design. Eyeclash se chtějí vyhnout pocitu, že se v něčem necítíte a nabízí přitom možnost, obléct se nekonvenčně. [42]

## 1.2 FASHION LABELS - DESIGNÉRSKÉ KOLEKCE V ZAHRANIČÍ

V této kapitole jsem chtěla ukázat zahraniční značky, které jsou něčím zajímavé. Většinou mě zaujaly svou originalitou nebo jsou zkrátka tak známé, že jsem si nemohla dovolit zapomenout je zde uvést.

### 1.2.1 Threadless (USA)

Threadless je společnost, která vyrábí a prodává designová trička. Ale dělá to trošku jinak než klasická módní značka. Místo, aby vybrali jednoho designéra s velkým jménem, zvou všechny lidi, aby jim zaslali své návrhy. Zúčastnit se může každý, ovšem má to jeden háček, návrhy jsou vystaveny nelítostnému hlasování a drsným sítem projde týdně asi 6 ze 700 triček. Ta se pak natisknou, prodají a designér dostane odměnu \$2000. Lidé, kteří si tričko koupí se v něm můžou vyfotit a poslat fotku zpět na Threadless, kde je vystavena a tak vznikají galerie různých lidí v těchto tričkách. Opravdu veliký a jedinečný projekt, který ve světě asi nemá obdoby.

### 1.2.2 Popular (Slovensko)

Značka Popular vznikla v roce 2002. Byla založená Michalem Rafajem – studentem bratislavské uměleckoprůmyslové školy jako platforma pro tvorbu napříč médii. Unavený komerčním designem začíná Michal Rafaj v roce 2003 přemýšlet o směřování jeho dosavadní designérské kariéry. Slovíčko Popular dostalo rozměr značky s cílem směřovat design více k běžným lidem, vytvořit most mezi prací a člověkem.

Základním grafickým znakem je panáček Popular, který je v základní formě vyjádřený v logotypu. Proč postavička? Je to asi pocitové vyústění snahy charakterizovat značku lidským faktorem, něčím, s čím se lidé jasně ztotožní, respektive co lehce rozeznají a identifikují. Typograficky je slůvko popular vyjádřené vlastním autorským fontem Popular Type. Symbol popularu je modifikovatelný a objevuje se v grafických variacích.

Svou pravou tvář začal Popular formovat až v druhé polovině roku 2003, kdy do projektu vstupuje fashion designérka Zuzana Kubánová, která přidala už vytvořenému logotypu rozměr v podobě výrobku. Od tohoto momentu začíná být Popular plnohodnotnou značkou. Proces tvorby vizuálu a charakteru Popularu trval minimálně rok a probíhá prakticky dodnes. Cílem Popularu není vyrobit věci rychle, nechtějí přeskočit žádnou etapu ve vývoji a směřování takto komplexní značky. Vědí, že pouze komunikací s lidmi

a poctivou prací mohou vytvořit něco, co si najde místo u lidí, kteří se nespokojí s něčím obyčejným. A o to jim jde především. Chtějí vytvořit malou originální značku, která je určená lidem hledajícím tvořivost, hravost a přijatelnou cenu.

Prioritou členů seskupení Popular je vytvářet zajímavý, svěží a především funkční design. Snaží se oslovit všechny, kteří chtějí být originální. Myslí si, že svět je krásnější s úsměvem, proto v jejich výrobcích nehleďte příliš mnoho vážnosti.

Všechny jejich výrobky jsou ručně šité. Grafické motivy a tisk jsou řešeny výhradně samotnými autory. Do budoucna se nevyhýbají spolupráci s externími umělci. Produkty nabízejí zásadně v malých sériích. [9]



Obr. č. 27 – Přívěšek, tričko a tašky od značky Popular.



Obr. č. 28 – Fotoportréty tvůrců fashion labelu Popular.

### 1.2.3 Human empire (Německo)

Parta mladých designérů, které najdete na webové stránce [www.humanempire.com](http://www.humanempire.com). Tito lidé jsou z Hamburgu, kde mají své vlastní grafické studio, které vzniklo v roce 2003



a založili jej Jan Kruse a Malte Kaune. V roce 2006 se k nim připojil třetí, Wieble Schulz a pomohl jim zařídit online a společnými silami také otevřeli dva kamenné obchůdky přímo ve městě. Klineti Human Empire jsou většinou z hudebního, uměleckého či kulturního světa. Grafické studio vytváří vše, co grafický design zahrnuje – katalogy, vizuální styly, loga...atd. Kromě všech těchto běžných věcí vytvářejí také vlastní trička.

#### 1.2.4 Blabla (USA)

Blabla je americká značka, která se specializuje na výrobu hraček a dalších produktů především pro malé děti. Mezi jejich velmi povedené produkty patří zvířecí batohy. Všechny tyto výrobky jsou ručně šité z nejemnějších materiálů, které vyhovují malým dětem. Jsou určeny pro miminka již od tří let. Z třinácti variant jsou na výběr stylové a barevně hravé batohy zvířecích motivů pro nejmenší. Děti zbožňované obličejové zvířat, jako je kočka, pes, prase, beruška, opice, žába, motýl nebo koala, jsou ručně pletené z jemné stoprocentní bavlny.



Obr. č. 29 – Dětský pletený batůžek od značky Blabla.

Tato značka sídlí v americké Atlantě v Georgii. Kromě batůžků vyrábí také jiné produkty, především hračky. Mezi nejzajímavější výrobky z jejich sortimentu patří přikrývky, oblečení, čepice, bačkůrky a různé zvířecí hračky. Cena těchto produktů je přátelská, v jejich internetovém obchodě stojí malé batohy i další produkty okolo čtyřiceti dolarů.



Obr. č. 30 – Pletené a šité hračky od firmy Blabla.

### 1.2.5 Zoo York (USA)

Značka oblečení, která je silně ovlivněna životním stylem města New York, kde se na počátku 70. let dvacátého století začala velice silně vyvíjet kultura skateboardingu, graffiti a muziky.

Značku Zoo York založili v roce 1993 Rodney Smith, Eli Morgan Gessner a Adam Schatz a byla jedna z prvních lifestylových značek inspirovaných kulturou skateboardingu. Jejich móda je i v současné době velmi silně ovlivněna skateboardingem, graffiti, hip-hopem, punkem...apod. Kolem značky se vytvořila velká komunita lidí, mezi něž patří mnozí známí graffiti umělci, designéři, hudebníci a lidé, kteří propadli skateboardingu, ať už mladá generace, nebo původní první generace tzv. „oldschoolerů“. Je mezi nimi i několik autorů velice zvučných jmen, kteří něco dokázali v odvětví sportů, jakými je skateboarding, ale také třeba surfování, snowboarding, motokros a BMX.

Na navrhování oblečení pro Zoo York pracuje spousta výborných designérů. Kromě oblečení, obuvi a jiných módních doplňků se specializují samozřejmě i na výrobu a navrhování skateboardů apod.

Na webové adrese [www.zooyork.com](http://www.zooyork.com), která je poutavě zpracovaná, se můžete dozvědět více informací o historii této velice zajímavé značky i o jednotlivých autorech, samozřejmě také nakoupit spoustu pěkných výrobků, i když zrovna nejezdíte na skateboardu, nesurfujete ani nejezdíte bikros. Zoo york si na značce dávají záležet a mají oblečení rozdělené do několika kolekcí za rok a to vždy zvláště pro ženy a pro muže. Množství, které produkují, je opravdu nepřehledné.



Obr. č. 31 – Ukázka oblečení značky Zoo York, z dámské kolekce.

#### 1.2.6 Tokidoki (Itálie)

Tokidoki je japonskem inspirovaná lifestylová značka vytvořená v roce 2005 italským umělcem jménem Simone Legno a jeho obchodními partnery Ponneh Mohajerovou a Ivanem Arnoldem. Tokidoki produkují oděvy a další produkty, jejichž grafiku tvoří Simone Legno.

Na počátku roku 2003 zakladatelka americké kosmetické firmy s názvem Hard Candy, Pooneh Mohajerová a její manžel Ivan Arnold objevili osobní webové stránky S. Legna. Následně se s ním setkali a domluvili se, že spolu zkusí založit značku. Pojmenovali ji Tokidoki. Tato spolupráce byla hned od začátku podporována Simonovými fanoušky, kteří obdivovali jeho tvorbu a dychtili po ní. Netrvalo dlouho a značka Tokidoki se velmi proslavila.

Od roku 2006 značka Tokidoki také spolupracuje s firmou Lesportsac, která vyrábí tašky a kabelky. Simone vytváří pro každou kolekci speciální edici potisků textilu, ze kterého se následně šijí tašky. Pod jménem Tokidoki vznikají trička, bundy, boty, hodinky a další věci, přičemž Tokidoki spolupracují s různými firmami. (např. iSkin, Fornarina, LeSportsac...) Ve spolupráci s iSkin tak například vznikla také kolekce obalů na iPody s grafikou Simona Legna. V České republice můžete zakoupit tyto výrobky například na e.shopu [www.b-fly.cz](http://www.b-fly.cz), kde jsou k prodeji mimo jiné také velice zajímavé hodinky Tokidoki.

Pod značkou Tokidoki můžeme také nakoupit tzv. Vinyl toys (věnuji jim dále celou kapitolu).

Lidé si často myslí, že designér pochází z Japonska, ale není tomu tak, autor je z Itálie, ale jeho výtvarný styl hodně z japonské kultury vychází. Oficiální stránky najdete na adrese [www.tokidoki.it](http://www.tokidoki.it)

Tokidoki je dokonalá značka a lidé ji milují. Tokidoki se nosí na celém světě a je jí plný internet. Tokidoki je mezi mladými lidmi dnes již ikona.



Obr. č. 32 – Ilustrace Simona Legna pro firmu Tokidoki.



Obr. č. 33 – designér značky Tokidoki Simone Legno při práci.



Obr. č. 34 – Ukázka produktů značky Tokidoki.

### 1.2.7 AIKO

Když mladý Ital žijící v Nizozemsku jménem Nico Stumpo skončil s profesionální dráhou skateboardisty, začal se věnovat umění, speciálně grafice a webdesignu. Jako art a creative director pracoval v řadě významných reklamních agentur po celém světě. Pro svou kreativitu a originalitu se postupem času stal jedním z nejuznávanějších grafiků světa. Pracoval pro takové giganty, jakými jsou například hudební stanice MTV, softwarové společnosti Electronic Arts a Sony PS2, Nike, Lexus, Heineken, Vodafone, Nokia a další. Také je autorem módní kolekce existující pod názvem AIKO.



Obr. č. 35 – Trička podle návrhů Nicka Stumpa pro značku AIKO.



Obr. č. 36 - Ilustrace Nika Stumpa.

## 2 OBCHODY S DESIGNOVOU MÓDOU A MÓDNÍMI DOPLŇKY

U nás i ve světě už je poměrně dost obchodů, které prodávají designovou módu. Uvádím zde několik prodejen, které můžete nalézt v České republice. V první části uvádím zajímavé internetové prodejny, v druhé části najdete pár tipů na zajímavé kamenné obchůdky.

### 2.1 E-shopy (internetové prodejny)

Internetových prodejen existuje velké množství, v této krátké kapitole uvádím jen pro představu pár z nich, přičemž uvádím jen české a slovenské.

#### 2.1.1 Catgang.cz

Na webových stránkách firmy Catgang naleznete odkazy na čepice, náušnice, peněženky, pásky, trička, tílka a další. Po kliknutí na jednotlivý odkaz druhu zboží se pak zobrazí nabídka všech nabízených značek.

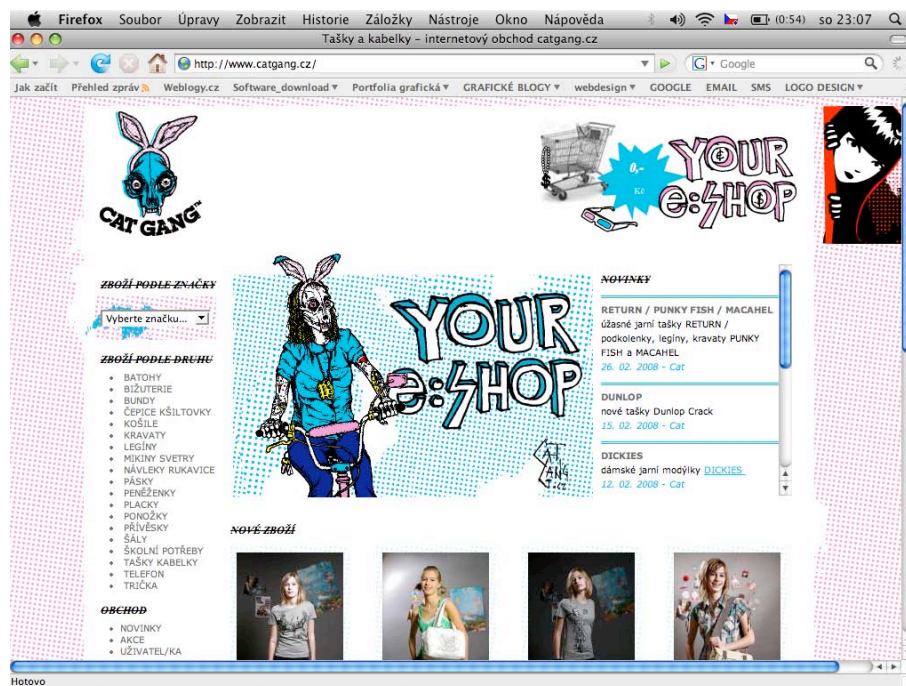
Největší zastoupení zde mají tašky, kterých je tu opravdu nespočet. Od velkých, do kterých se vejde úplně vše, až po ty nejmenší na mobil a peněženku.

Nejoriginálnější jsou asi tašky od anglické firmy Pucca, která je inspirována korejským kresleným seriálem. Charakteristické pro tuto firmu jsou právě potisky postaviček z tohoto seriálu, ale nejen to. Tašky mají propracované tvary a zvláště užitečný je velký počet kapsiček na různé „nezbytnosti“.

Neméně originální je i mezinárodní značka Pink Ribbon, která kromě potěšení z nákupu nové a krásné tašky nabízí i možnost přispět na dobrou věc. Část peněz z prodeje kabelek je totiž věnována na rozvoj výzkumu a prevence nádorových onemocnění prsu. Kabelky jsou z imitace kůže a na každé z nich naleznete malou růžovou stužku, tedy symbol organizace v boji proti rakovině prsu.

Pokud přesně víte, kterou značku hledáte, můžete si dané zboží vyhledat i podle názvů značek. Na výběr máte z mnoha zajímavých a originálních výrobců, jako jsou kromě již zmíněných i Emily the Strange, američtí Good Year a mnoho dalších.

Nabízený sortiment je vždy z nejnovějších kolekcí, ale nalezneme zde i odkazy na zlevněné kousky, jejichž cena je snížena zhruba o 30% z celkové částky. [13]

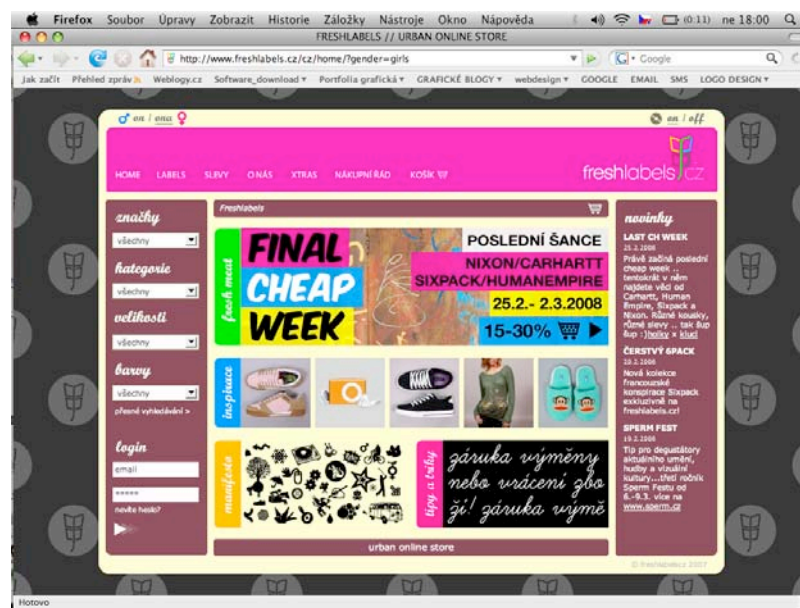


Obr. č. 37 – Internetový obchod Catgang.

### 2.1.2 Freshlabels.cz

Český internetový obchod s módou. Lidé z freshlabels mají na svém e-shopu jakýsi svůj manifest, který zní takto: „Nechceme, aby jste se ztráceli v hromadách nezajímavých věcí, odtlačovali ramínka, aby bylo alespoň trochu vidět vedlejší triko, anebo museli doufat, že za hranicemi narazíte na něco lepšího... Existuje větší zábava než obíhání obchodů, ve kterých stejně nenajdete, co hledáte. Proto jsme vytvořili internetový obchod freshlabels.cz. Hledáme pro vás třešničky z dortů - nejzajímavější kousky od známých i neznámých značek, labelů a designérů. Nejsme skateshop, nabízíme alternativu pro všechny, pro které je stejně jako pro nás důležitější kvalita před kvantitou. Třídíme za vás!“

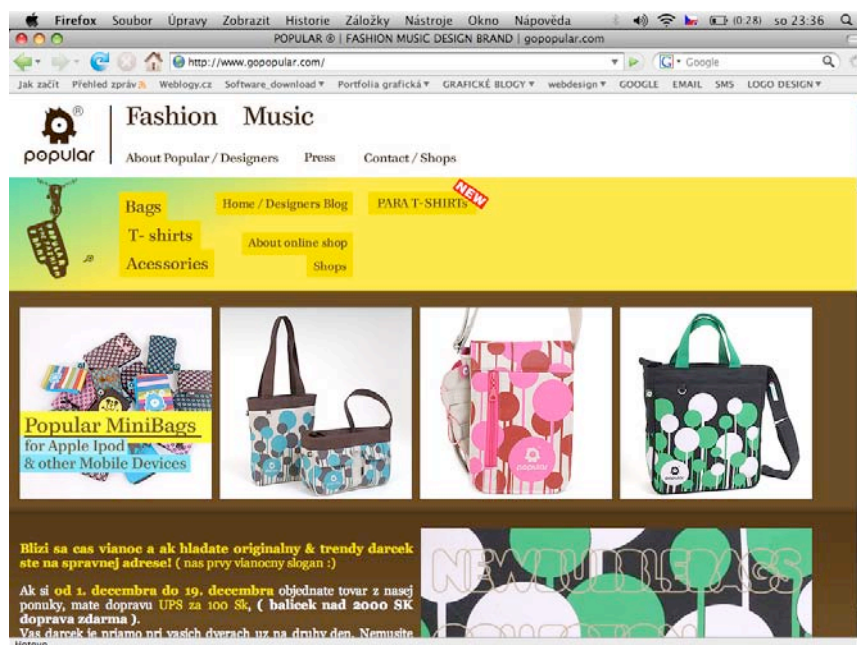




Obr. č. 38 – Internetový e-shop Freshlabels.cz.

### 2.1.3 Gopopular.com

E-shop na kterém jsou k prodeji výhradně výrobky od slovenské značky Popular. (Tašky, kabelky, trička, obaly na ipody...)



Obr. č. 39 – E-shop popular.

## 2.1.4 Ypshop.cz

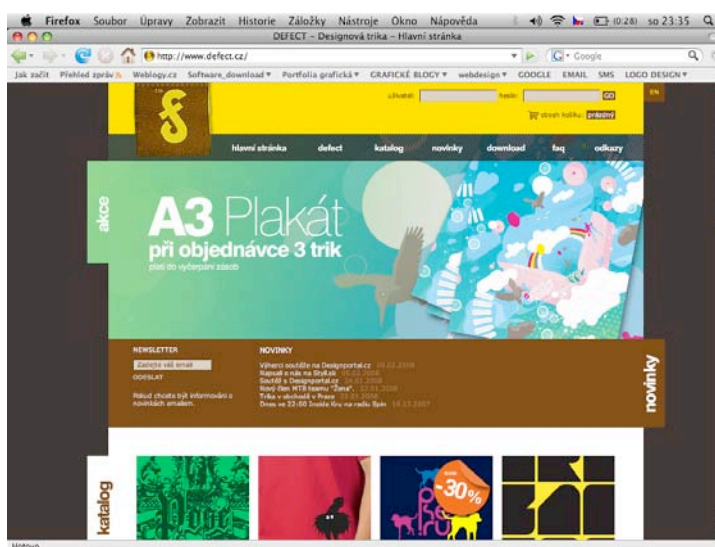
Internetový obchod na kterém lze zakoupit výrobky značky youngprimitiv. (Trička, mikiny, tílka, čepice...atd.)



Obr. č. 40 – Internetový obchod Ypshop.cz.

## 2.1.5 Defect.cz

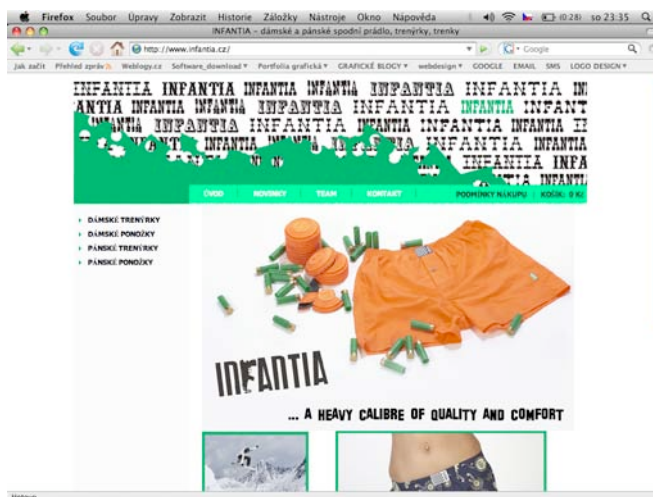
Na webové adrese www.defect.cz je možné objednat trička a mikiny od designérů, kteří tvoří pod názvem Defect.



Obr. č. 41 – Internetový obchod značky Defect.

### 2.1.6 Infantia.cz

Na této webové adrese můžete objednávat ponožky a trenýrky pod značkou Infantia. Výrobky jsou hezky zpracované a mají sympatické graficky zpracované potisky, bohužel sortiment je zatím nevelký a web je z pohledu grafika také spíše nezajímavý.



Obr. č. 42 – Internetový obchod Infantia.cz.

### 2.1.7 Urbanlegend.cz

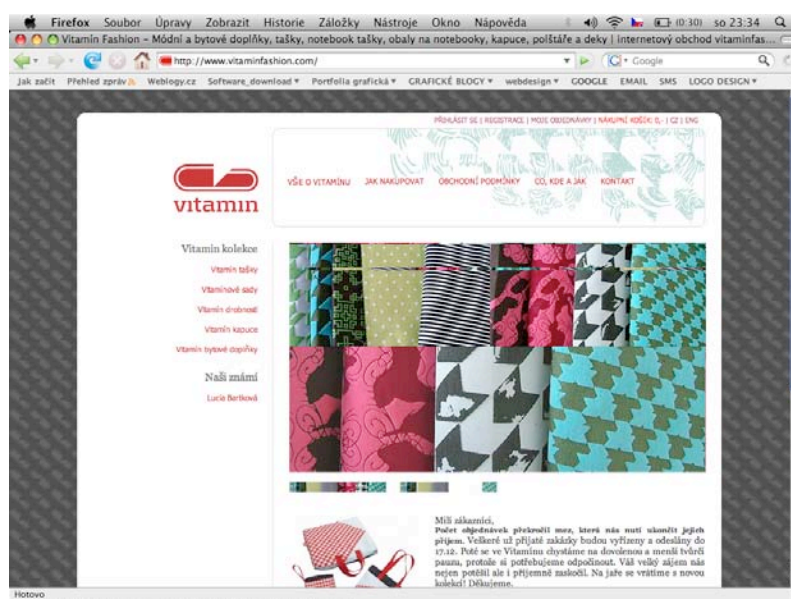
Perfektně zvládnutá a do posledního detailu dotáhnutá webová prezentace a e-shop skupiny lidí, tvořících oblečení pod značkou Urban legend. Dokonalé logo, dokonalá trička, dokonalý web. Celkově by se dalo říci, že je to u nás jeden z nejpovedenějších konceptů webových stránek z oblasti mladých designových módních triček.



Obr. č. 43 – Internetový obchod a prezentace značky Urban Legend.

### 2.1.8 Vitaminfashion.com

Neurážející, ale zároveň možná ani ničím vyjímečná webová prezentace autorek vytvářející tašky, kabelky, obaly na ipody a další. Samotné výrobky jsou ovšem velice kvalitně zpracované a velice zajímavé, autorky ale studovaly oděvní tvorbu (ne grafický design) a po téhle stránce jsou jejich výrobky zvládnuté dokonale. Jejich tvorba je trochu připodobnitelná slovenskému seskupení návrhářů tvořících pod labelem Popular. Designěři obou značek studovali na stejné škole. Možná jedni druhé navzájem inspirovali, ale možná také ne, je to jen domněnka. Web zároveň funguje jako internetový obchod.

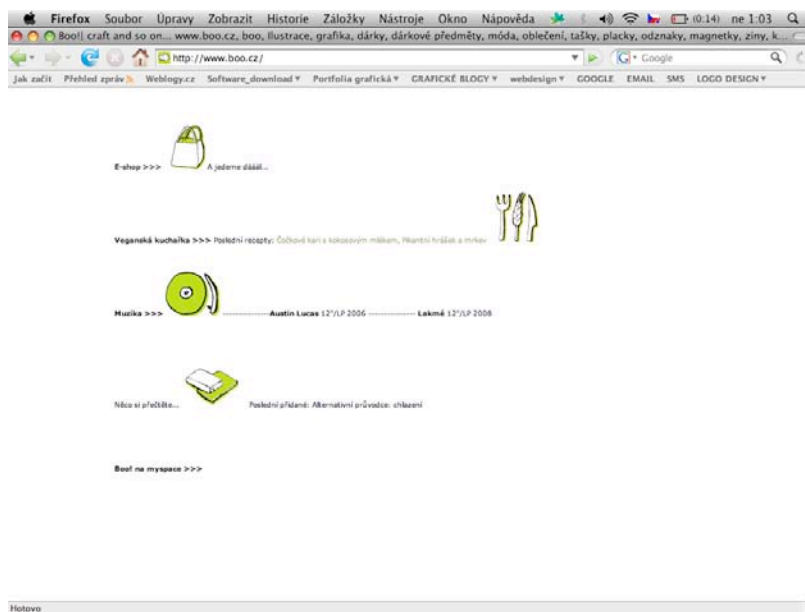


Obr. č. 44 – Internetový obchod a prezentace značky Vitamin.

### 2.1.9 Boo.cz

Na internetové adrese [www.boo.cz](http://www.boo.cz) najdete mimo e-shop také vegetariánskou kuchařku plnou velmi zajímavých a jistě také chutných receptů, můžete si zde poslechnout muziku a přečíst také něco z literatury. Autorka v e-shopu nabízí jak výrobky, které vznikly přímo pod značkou Boo, tak také výrobky jiných autorů. Nabídka je opravdu široká. Část z financí utržených z prodeje většiny výrobků jde do dvou dobročinných neziskových organizací. (Svoboda zvířat a Nesehnutí). Je tedy vidět, že zakladatelka značky Boo a celého tohoto konceptu má velmi dobré srdce, celý projekt provozuje s nadšením a pokud chcete udělat dobrou věc, můžete si také nějaký z výrobků koupit, udělat sobě nebo někomu dalšímu radost a zároveň tak pomoci potřebným. Webová stránka je pojata v tak

trochu „dětském stylu“. Jsou na něm malé, ručně kreslené obrázky, které vytvořila sama autorka.



Obr. č. 45 – Internetový obchod a prezentace značky Boo.

## 2.2 Kamenné obchody

### 2.2.1 Pour Pour

Obchod otevřený od října 2004 v Praze pro milovníky originálních oděvních kousků a doplňků. K nalezení jsou zde jedinečné modýlky vytvořené nejen českými designery, ale také evergreeny á la second hand. Obchod funguje také jako e-shop. Název znamená v překladu pro pro. Původně byl obchod zaměřen na doplňky a bižuterii, následně autorka začala také šít věci a prodávat originální kousky svých známých, kteří nemají možnost mít svůj obchod a pomáhá jim tak rozvíjet se. Po dvou letech se obchod rozběhl tak, že do něj neznámí lidé nosí své věci a mohou se tak dostat do povědomí. Obchod se nachází kousek za Národním divadlem v Praze. Zakladatelka vystudovala střední textilní školu a má velice blízký vztah k módě. Její dědeček pracoval jako krejčí. Začínala podnikat s kamarádkou, která vlastní konkurenční obchůdek Toalette, ale obchodně se rozešly, poněvadž měla každá trochu jinou představu. Dnes provozuje každá svůj vlastní krámeček. [20]

### 2.2.2 Toalette

Obchod v centru Prahy, který funguje již 6 let. Autorka nemá textilní vzdělání, neumí šít, má ale spoustu nápadů, které si nechává zpracovávat švadlenami. V jejím obchodě najdete originály pod značkou Toalette a také kousky od jiných designérských mladých značek. Prodává také výběrové secondhandové kousky.



Obr. č. 46 – Obchod s názvem Toalette.

### 2.2.3 Parazit

Fashionshop PARAZIT, který najdete v Praze na Karlově ulici poblíž Straoměstského náměstí je plný designérských značek, mladých návrhářů, tvůrců a designérů. Najdete v něm kousky od následujících značek: Alex, Alien D.N.A., Animaler, Analog, Atom Rat, Bad Dub Pub, Badpoint, Bárt, Bobule Corp., Catapult, Ex-lex, Faux Paus, Fetish Underwear, GLSHIntrika, Jaksastories, Kafka, Koko, Kubicheck, Kutia Fruity, La Sweet666Design, Timur, Trafo, Trihand, Universálové, Vkus, Vohoz, XYZ, Young Primitive...a desítky dalších

Parazit nabízí limitované edice od studentů, mladých návrhářů a zkrátka všech kdo mají chuť něco tvořit. Ať už to jsou fanoušci Do It Yourself anebo budoucí hvězdy na módním poli.

Barvy, drzé střihy, oblečení a doplňky, které dokážou být vtípné a zároveň elegantní, vzrušující a přitom funkční, rozpustilé a pohodlné, extravagantní a zároveň stále cenově dostupné.

Jedná se o styly jakými jsou: Retro, streetwear, haute couture, popart a nejnovější výstřelky grafického designu.

Parazit je zde pro všechny, kdo se dokáží hrdě postavit proti diktátu módy a místo toho, co by slepě podléhali módním trendům, raději hledají vlastní styl. Pro ty, kteří touží být sami sebou a mají chuť experimentovat. Pro dámy i pány, kteří chtějí být vidět. [3]

#### 2.2.4 Hard-de-core

Pestrobarevný obchod HARD-DE-CORE si v centru Prahy otevřely dvě mladé výtvarnice a prodávají v něm interiérové a módní originály od českých tvůrců. V místní dílně si můžete něco vytvořit i vy sami. HARD-DE-CORE se nachází v centru Prahy nedaleko Jindřišské věže. Svým jasně růžovým štítem zaujme už z dálky, takže ho určitě nikdo nepřehlédne. Je zajímavým spojením malé galerie, obchodu a dílny.

Dílna je určena pro malé i velké. V týdnu dílny patří dětem a jejich rodičům a o víkendu jsou pořádány kurzy pro dospělé. Cena jednodenního kurzu pro dospělé je kolem tisíce korun, ale je to jistě dobrá investice. Věci z dílny jsou ke koupi i v obchůdku, takže můžete zjistit, jaký úspěch budou mít vaše výrobky na komerčním trhu.

Obchod nabízí oděvy, šperky, porcelán i keramiku. Ukázky ze svých módních kolekcí tady prezentují většinou začínající módní návrháři a značky jako například sweet666design nebo Hedush, které nabízejí originální oděvy nejen pro mladé. Naleznete zde i módní doplňky, jako jsou kabelky značky Vohoz s barevnými potisky, veselé háčkované obaly na mobily nebo přívěsky na klíče.

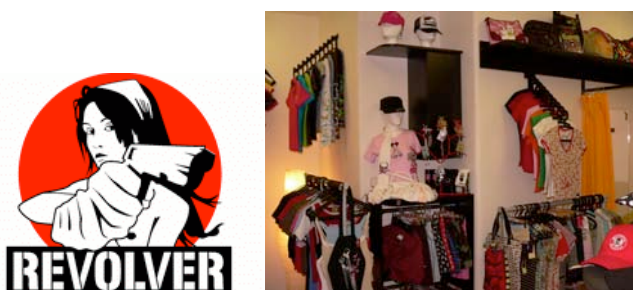
Šperky jsou umístěny v několika osvětlených vitrínách rozestavěných po celém obchodě, které lákají ke koupi vystavených věcí. Své šperkařské umění zde nabízejí mladí tvůrci, jako jsou Kutya, Markéta Richterová a mnozí dalších. Pod značkou Kutya se skrývá Markéta Lisá, která vyrábí šperky ze stříbra, zlata a tradičních i netradičních materiálů. Tyto šperky jsou inspirovány převážně přírodními strukturami a tvary. Od Markéty Richterové zde najdete šperky velmi originálních tvarů z plexiskla.

V nabídce je moderní designový porcelán i klasičtější keramika. Za zmínku stojí věci od značek De studio keramika a Brother design. De studio keramika je značka, která nabízí příjemnou barevnou keramiku klasických tvarů a velikostí. Kontrastem k této značce je Brothers design, což je moderní porcelán jednoduchých tvarů, který zajistě osvěží váš domov.

### 2.2.5 Revolver

Další z pražských obchodů s oblečením pro mladé. Naleznete zde zboží od těchto českých a zahraničních labelů:

Alex, Alien Dna, Atom Rat, Bad Dub Pub, Badpoint, Bold, Brokenbone, Burning Rubber, Civil Wear, Coltcha, Crop, Dickies, Dnb League, Drunkmunky, Fugu, Hedush, Kraftwerk, Maria, Multi – Pack, Narcoholic Anonymous, Nuclear, Pirates, Pogo, Psy, Public Nuisance, Punktura, Represent, Retro, Revolver Revue, Rfk, San Pedra, Sweet 666 Design, Urbanlegend, Vader, Vohoz, Young Primitive... a další.



Obr. č. 47 – Logo a pohled do obchodu Revolver.

### 2.2.6 Scandal

Malý obchůdek v centru Prahy s módou a módními doplňky. Funguje velmi podobně jako obchůdky Toalette, Pour Pour, Parazit a další.

### 2.2.7 Kebab

Pražský Kebab Fashion Store funguje jak kamenný obchod, tak také jako e-shop. Je prvním street-art-designovým obchodem svého druhu v Praze. Najdete ho v Praze na dvou místech. Kebab Original se nachází v Dušní ulici a autorem jeho interiéru je designér Maxim Velčovský.

### 2.2.8 Inter-zone

Inter-zone je nezávislý obchod a galerie v Praze, zaměřený na underground a alternativní kultury. V inter-zone lze vybírat ze široké nabídky mezinárodních médií a originalních děl, vytvořených u nás i v zahraničí.





Obr. č. 48 – Obchod s názvem Inter-zone.

### 3 DESIGNOVÉ HRAČKY (DESIGN TOYS, VINYL TOYS)

Rozhodla jsem se zde zařadit i specifickou kategorii, která se módy a módních doplňků týká spíše okrajově, přesto bych ji ráda zmínila. Jde o designové hračky – tzv. „design toys„ (název pochází z anglického slova, ale uchytil se u nás pod tímto slovním spojením). Také se jim někdy říká Urban Vinyl nebo Plush toys. V dnešní době jsou velice populární a lidé si je kupují pro vyzdobení svého bytu, nebo propadají dokonce sběratelství těchto kousků. Urban vinyl nebo také plush toys není mezi Čechy příliš známé téma. Jedná se buď o plastové nebo plyšové hračky, postavičky.

Každá postavička je svým způsobem jedinečná, ať už tvarově nebo po barevné stránce. Vymýšlejí je designéři z mnoha zemí. Urban Toys jsou záležitostí v podstatě všech generací. Kupují si je jak mladí lidé, tak i střední generace.

Taková „hračka„ je považována spíše za designovou záležitost, nežli za pouhou hračku a předmět na který se bude prášit. Když má někdo na stole vázy, hrnky, různou keramiku a podobné věci, proč by si nemohl dát na stůl plastovou hračku vyrobenou uznávaným designerem.

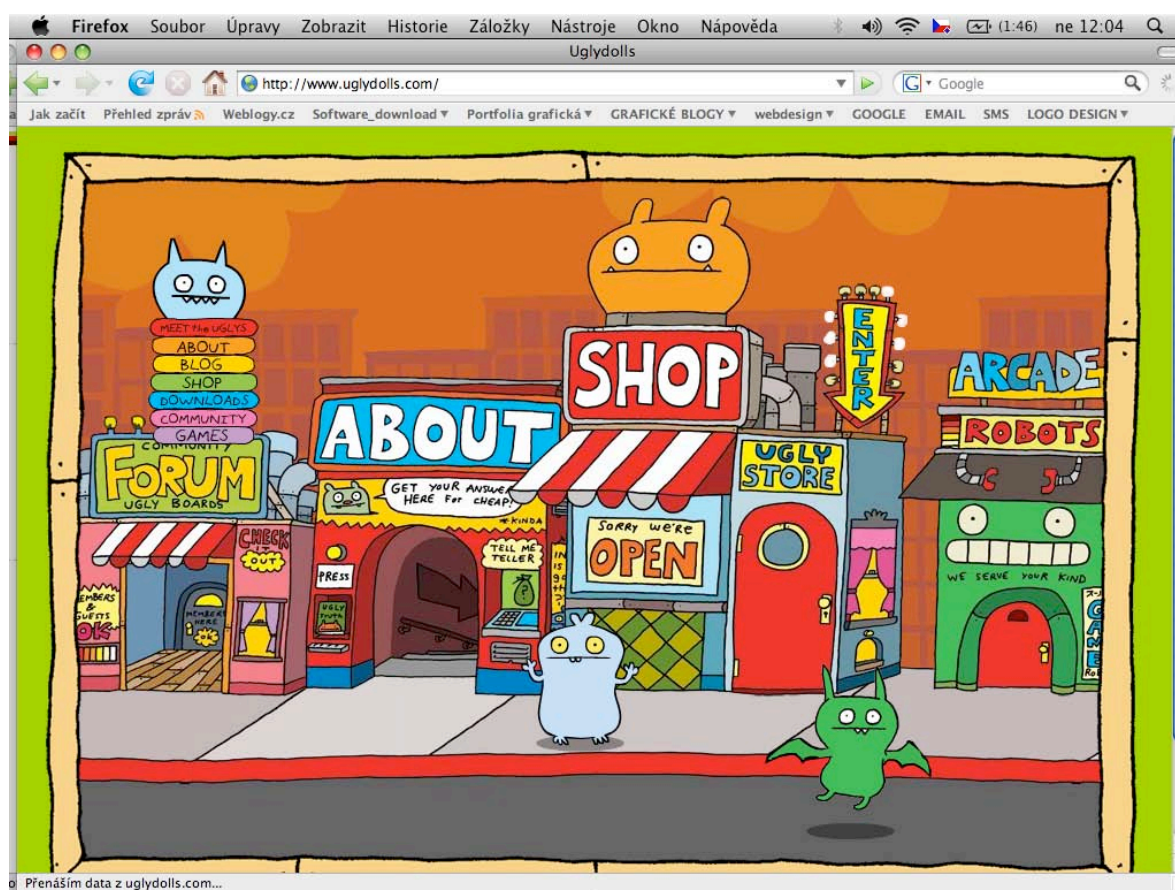
Designová záležitost Vinyl Toys nejspíše pomalinku proniká i do České republiky. Jde to ale opravdu dost pomalu. Patrně díky cenové relaci je v naší republice moc nenajdeme, kromě Fresh Label, kde je možnost zakoupit si plush toys s názvem Uglydolls, které jsou bohužel u nás předražené, narozdíl třeba od velké Británie, kde je cena za takovýto kousek opravdu pár liber. Samozřejmě se liší cenově i různé design toys, cena se pohybuje od pár set a sahá až do tisíců. Záleží samozřejmě na designérovi, který věc navrhl, na velikosti produktu, na počtu vyrobených kusů... atd. Existují také speciální limitované edice. Další odvážnou kapkou je obchod B.fly gifts & accessories, v jehož nabídce se tyto "hračky" objevily. Tento obchod je zaměřený na dárkové a módní zboží zejména pro "mladé". Jeho cílem je dodávat na český trh poslední módní i dárkové trendy ze zahraničí a pokud se podíváte do jejich nabídky, tak musíte uznat, že se jim to opravdu daří. Najdete zde různé designové doplňky, od tkaniček do bot s potiskem Sex Pistols, přes různá pouzdra, tašky, hrnky a peněženky, až třeba po pirátské hodiny.

Co se týče Vinyl Toys, pak zde naleznete opravdovou lahůdku a to řadu UniPO od americké umělecké dvojice Dereka Welche a Jasona Bacona. Ti jsou motorem designérské skupiny UNKLBrand, která se již proslavila svou další populární sérií HazMapo.



Obr. č. 49 – Ukázka několika různých Vinyl Toys.

Už jsem se zmínila o Ugly dolls. Jsou to asi nejznámější plyšové příšerky. Znají je lidé skoro po celém světě. Pokud si chcete takovou postavičku pořídit, můžete se podívat na jejich web. Ten musím z pohledu grafické designérky vyzdvihnout. Web založený na vynikajících kresbičkách rozhybaných pomocí flashových animací je stejně úžasný jako samotné postavičky. Tento projekt je opravdu povedený a ojedinelý. Na stránkách si můžete stáhnout stejně propracovaný a vtipný katalog. Z celé kolekce jsem nadšená a nenašla jsem na něm ani jednu chybičku. Ugly dolls to mají zkrátka a dobře „vychytaný“, od první nožičky až po poslední očko všech těchto roztomilých potvůrek.



Obr. č. 50 – Webová stránka značky „ošklivých panenek“, Uglydolls.



Obr. č. 51 – Ukázka plyšových polštářků a klíčenek Uglydolls.

Na závěr zde uvedu několi webových stránek s tematikou Urban toys.  
[www.vinylabuse.com](http://www.vinylabuse.com) - webová stránka zabývající se především tímto tématem.  
[www.vinylpulse.com](http://www.vinylpulse.com) - Stránka s různými aktualitami a novinkami ze světa designu a Urban toys.  
[www.qeester.com](http://www.qeester.com) - webová stránka, která je zaměřena především na postavičky s názvem Qee.  
[www.urbanretrolifestyle.com](http://www.urbanretrolifestyle.com) - webová stránka plná různých děl, ilustrací atd.  
[www.kidrobot.com](http://www.kidrobot.com) - webová stránka internetového obchodu prodávající Urban toys a další „módní“ doplňky.

#### 4 DESIGNOVÉ BOTY (SNEAKERS)

Nejsou tenisky jako tenisky. Už i boty se staly v dnešním světě sběratelskou záležitostí a existují mezi námi takoví nadšenci, kteří boty sbírají a fenoménem poslední doby je také designování, pokreslování tenisek, či bot jiných. Všeobecně se dá říci, že tenisky jsou mezi lidmi velice oblíbeným typem obuvi, asi jako džíny mezi všemi druhy kalhot. A jelikož grafický design se promítl už téměř do všech oblastí, dostalo se také na boty. Kolem tohoto tématu bylo již vydáno dokonce několik knih, kde se můžete kochat krásnými originálně dotvořenými botami, ale také naučit se, jak si podobný designový kousek s trochou fantazie a zručnosti vytvořit sami doma. Také se zde dočtete například o několika různých způsobech, jak se například dají kreativně zavázat tkaničky u bot. Je to velice zajímavý fenomén, který mě osobně velice nadchl a určitě si také já nějaké své boty „nakreslit“ vyzkouším. Pro dnešního mládého grafického designéra, který je zároveň alespoň trochu milovníkem módy je téměř povinností takový pár vylepšených bot vlastnit. Na pokreslování takových bot (ať už textilních nebo kožených), existují speciální barvy, které nepopraskají, nevyblednou na slunci ani se neoperou, když dáte boty do pračky. Pomalovat si můžete jakékoli boty, ale mezi nejoblíbenější asi patří značky typu Converse, Adidas...atd. Dnes již existuje celá řada blogů a webových stránek, které se tímto fenoménem zabývají.



Obr. č. 52 – Ukázka pomalovaných bot – sneakers.

## 5 MÓDNÍ PŘEHLÍDKY, VÝSTAVY A JINÉ AKCE ZAMĚŘENÉ NA DESIGN A MÓDU

### 5.1 Prague fashion Weekend

Prague fashion weekend je nový, progresivní projekt, který je pořádán teprve od roku 2006 a zaměřuje se na originální módu a to především pro mladou generaci. Koná se v prostorech NoD.Roxy. Akce se koná přes víkend, odtud byl samozřejmě také odvozen název.

Je to vlastně setkání příznivců alternativní módy, na kterém se představují módní butiky, internetové obchody a také samostatní tvůrci. Prague fashion weekend především dává příležitost prezentovat se mladým návrhářům. Představují se zde originální obchůdky a módní tvůrci. Lidé mají možnost zde najít nové kousky do svého šatníku a zároveň se pokusit prodat do obchůdků to, co v jejich šatníku přebývá. Atmosféru bývá oživena vystoupením stylových DJ's. Vstup na tuto akci bývá volný.



Obr. č. 53 – Fotografie z akce Prague Fashion Weekend 2006.

### 5.2 Designblok

Dny designu v Praze Designblok je přehlídka světového designu, která se každoročně koná formou samostatných výstav a prezentací v galeriích a prodejních místech. Tyto akce jsou příslušnými subjekty organizovány nezávisle. Je to sklizeň toho nejlepšího, co může český trh s designem nabídnout.

Designblok vznikl v roce 1999 z popudu samotných majitelů obchodů s designem. Od roku 1999 průběžně narůstá jeho velikost i známost u široké veřejnosti. Zatímco prvního ročníku se účastnilo pouze 14 subjektů, v roce 2000 se přihlásilo 22 účastníků, 28 účastníků v roce 2001, 38 účastníků v roce 2002 a v roce 2004 stoupl počet už na 90. A přibývá jich samozřejmě rok od roku více a více.

### 5.3 Styl a Kabo

Mezinárodní veletrhy módy STYL a KABO jsou největší veletrhy módy, textilu a obuvi v celé střední a východní Evropě. Jde o prestižní událost, kterou 2x ročně navštěvuje přes 16.000 návštěvníků z celého světa. Nejnovější novinky a trendy v oboru zde prezentuje cca 600 firem včetně většiny lídrů v oboru.

Bývá tradičním místem pro politickou diskusi o aktuálních tématech oboru. Každá branže je prezentována v samostatném pavilonu. Akce je doprovázena profesionálním doprovodným programem. Jsou zde semináře pro odborné návštěvníky (semináře o problematice oboru pro maloobchodníky, výrobce, semináře o módních trendech). Bývá zde více než 30 módních přehlídek za 3 dny. Probíhají zde mezinárodní prezentace a soutěže oděvních návrhářů. Setkáte se zde s tuzemskými a zahraničními výrobci, importéry, designéry, svazy, asociacemi, odborným tiskem, zahraničními obchodními komorami.



## II. PRAKTICKÁ ČÁST

Nad tématem mé diplomové práce jsem přemýšlela už dlouho. Dá se říci, že od té doby, co jsem byla přijata na magisterské studium, mě trápila myšlenka výběru tématu. Chtěla jsem vytvořit něco, co by neskončilo pouze v archivu, jak se říká „v šuplíku“. Nejprve jsem se rozhodla, že se pustím do autorské kolekce šperků, ty měly být jednoduché, plošné, dá se snad říci „grafické“ a měly být vyřezávány do kovu a plastů laserovým paprskem. Už dlouho jsem toužila, dělat něco, co mě baví a co by mohlo být mým koníčkem a nevěděla jsem přesně do čeho se pustit a tohle mi přišlo jako správná volba, protože projekt by poměrně úzce souvisel s grafickým designem a navíc jsem už kdysi pár šperků vyrobených měla a měla jsem tedy dílčí, leč velmi malé zkušenosti.

Po nějaké době, kdy již bylo toto téma diplomové práce zadáno, jsem se ocitla na jedné akci, pořádané univerzitou, kde jsem byla s mými kolegy a mou spolužačkou a kamarádkou, Adélou Bajgarovou. Bavily jsme se o budoucnosti a jen tak z legrace jsme si řekly, že bychom si spolu mohly založit vlastní značku. Zasmály jsme se tomu a dále již ten večer téhle myšlence nevěnovaly pozornost. Druhý nebo třetí den poté jsme se ale setkaly a řekly si, že by jsme teoreticky značku založit mohly už hned a obě jsme se shodly na realizaci nápadu jako diplomovou práci. Tímto nastal jeden veliký kolotoč a zároveň veliký zlom v našem životě.

Trvalo pár dní, než jsme si obě dvě v hlavě uspořádaly myšlenky, zda do toho opravdu chceme jít, zda chceme risknout všechna úskalí, která s celou tohle záležitostí budou spojena, ať už to jsou problémy záležitosti finanční stránky nebo třeba případný rozdílný vkus. Nevěděly jsme, zdali se může jedna na druhou spolehnout, zda se názorově shodneme, zda si budeme vyhovovat, co se grafického „vkusu“ týče, ale pak jsme si řekly, že ano. Spojíme své síly a zkusíme se k těmto všem nástrahám postavit čelem.

Musely jsme překonat několik těžkých překážek. Mnohé z nich jsme nečekaly vůbec a některé zase přišly už mnohem dříve, než jsme myslely. O tom se tady už ale nebudu rozepisovat a raději popíšu jednotlivé stavební prvky naší práce.

Před námi byla spousta věcí, která byla třeba navrhnout, uvádím zde alespoň nejdůležitější stavební prvky naší práce. Jsou to:

Logo, značka, návrhy potisků triček, návrhy šperků, dále pak jakási corporate identity značky, do které spadají například - dopisní papír, vizitky, obálky, razítko, faktura, potisk krabice, letáčky, plakátky, webová prezentace... a další.) Dále pak placky, nálepky, bločky, pouzdra na tužky a kosmetické taštičky pro holky, obaly na telefony, polštářky... atd.

Samozřejmě ještě před veškerým navrhováním nastala fáze vymýšlení názvu pro značku. Jenom tato etapa nám zabrala asi 3 týdny.

Poté jsme měly jasno v názvu, pustily jsme se do navrhování značky. Udělaly jsme obě spoustu skic a návrhů a následně vybraly, na čem jsme se shodly a dopracovaly. U všech částí jsme vlastně postupovaly tak, že jsme buď obě udělaly návrh a pak vybraly a dopracovaly, co se nám líbilo nejvíce, nebo jsme dělaly návrhy způsobem, kdy práci začala jedna z nás, pokračovala na ní ta druhá a pak jsme si mailem mezi sebou posílaly soubory tak dlouho a dohadovaly se, až nakonec vznikla finální podoba návrhu.

Co se naší značky týče, hned od začátku jsme měly jasno, že nechceme mít logo jedno univerzální, ale že bychom měly rády více mutací, které by šly aplikovat různě podle potřeby. Vznikla tak jakási série logotypů, přičemž jedno je varianta pouze textová, jedno je ve formě jakéhosi maskota s textem, jedno funguje jako jakási značka bez textu..atd. Varianta loga s názvem Lichi je celá konstruovaná, písmo tedy nevzniklo z určitého fontu, ale je celé „nakreslené“. Chtěly jsme se vyhnout možnosti použít nějakého velice známého písma, nebo nějakého fontu staženého z internetu. (Např. z [www.dafont.com](http://www.dafont.com).) Chtěly jsme mít zkrátka svoje vlastní logo a aby bylo pokud možno co nejvíce originální.

Jako „korporátní“, barvu jsme zvolily barvu PANTONE 233 C, a poté jsme ji aplikovaly na všechny části našeho vizuálu. K logu jsme potom dále vytvořily ornament geometrických tvarů, který jsme aplikovaly na další materiály jakými jsou: dopisní papíry, letáky, potisk krabice, e-shop..atd.

Měla bych zmínit také koncept naší značky, nebo v podstatě hlavní ideu: naše značka by měla být především trochu „crazy“, pro lidi milující veselé věci, barvy a hravou módu a rádi se oblékají nápaditě a nevdají jim vybočit trochu z davu. Návrhy triček jsou založeny především na vizuálním ztvárnění, nejde o žádné vtipy ani extra myšlenky...jde nám především o to, ať výrobky zaujmou svým vzhledem, přilákají pohledy a především ať se líbí. Samy máme barvy rády a podobně „ulítlé“ módní kousky se nám vždycky líbily.

S typografií jsme měly dost starostí a nakonec jsme se rozhodly jako hlavní písmo používat písmo Charifa, a to ve 2-3 řezech.

Všechno tohle obnáší spoustu práce. Nekonečné hodiny navrhování, ale také shánění kontaktů, pracovních schůzek, telefonování...atd. Musely jsme sehnat spoustu kontaktů na různé tiskárny, výroby a prodejny. Také bych se chtěla zmínit o našich tričkách. Ta jsou šitá podle našeho vlastního střihu, chtěly jsme aby trika byla kvalitní a originální. Chtěly

jsme se vyvarovat od koupě nekvalitních hotových produktů, které se sice sehnat dají poměrně jednoduše, avšak nejsou tak kvalitní. Nakoupily jsme tedy od jedné firmy látky, ty poté poslaly do jiné společnosti, kde nám trika ušili a v jiné firmě nám vyrobily tkané etikety na trička...atd.

Spoustu věcí jsem zde nenapsala, protože je práce opravdu velice obsáhlá a tak bych zde alespoň na závěr ukázala pár hlavních stavebních prvků naší značky, které jsme spolu navrhly. Jestli se nám do budoucna podaří značku dotvořit, dát ji život a vypustit ji do světa, to je zatím ve hvězdách...



Obr. č. 54 – Řada log pro značku LICHÍ.



Obr. č. 55 – Geometrický ornament vytvořený pro značku LICHÍ



Obr. č. 56 – Samolepky pro značku Lichi.



Obr. č. 57 – Grafický návrh na razítko na označování obálek pro posílání drobného zboží. (např.: šperky, nálepky...atd.)



Obr. č. 58 – Několik grafických návrhů potisků trik LICHÍ. (Realizované prozatím jen první dva v pořadí.)





Obr. č. 59 – Návrhy prozatím nerealizovaných plakátů pro značku LICHI.





Obr. č. 60 – Realizovaný potisk trička značky LICHÍ.



Obr. č. 61 – Realizovaný potisk trička značky LICHÍ.



## ZÁVĚR

Když bych měla nějak zhodnotit celou tuto práci, musím říci, že byla velice příjemná. Okolo tohoto tématu je všude spousta informací a tak mě spíše mrzí, že jsem se nemohla například o některých značkách rozepsat více a už teď v okamžiku, kdy píšu závěr, vím o několika dalších značkách, které by stály za zmínku, bohužel má diplomová práce byla omezena jednak počtem stran a jednak časem, tudíž se do ní nevešlo zdaleka vše, co bych chtěla. Téma jsem si vybrala dobře, protože mě osobně velice zajímá a práce pro mě byla opravdu inspirující a určitě i poučná. Většina materiálů k tomuto tématu byla snadno dostupná díky internetu, na kterém už dnes většina firem má skvěle vytvořené prezentace a když už ne to, tak alespoň pár informací bylo možné vždy vyhledat. Pokud by mi to dovolil počet stran, přidala bych určitě ještě také kapitolu zabývající se vizuálními styly všech uvedených značek, rozebrání jejich logotypů a podobně. Ale téma je opravdu tak obsáhlé, že by stačilo myslím i na práci disertační.

Co se týče praktické části společné práce s Adélou Bajgarovou, byla to, troufnu si říci, že pro nás obě velice zajímavá zkušenost vyzkoušet si práci ve dvojici dvou grafiček. O to větší výzvou pro nás bylo, že jsme obě dvě ze stejného oboru. Určitě o něco jednodušší by byla například spolupráce grafika a fotografa či grafika a někoho, kdo se věnuje například marketingu. Nebylo to vždy úplně jednoduché, ale vše jsme zvládly myslím cekem dobře a po tom všem, co jsme si zkusily, už teď víme, že naše spolupráce bude trvat i nadále a doufám, že bude pořád probíhat tak příjemně, jako tomu bylo doposud.

S praktickou částí jsme obě spokojené, samozřejmě víme, že bychom si přály stihnout mnohem více, než se povedlo, ale tomu bránil opět jednak čas, ale také náš omezený finanční rozpočet. Máme tedy spoustu plánů do budoucna také spoustu chuti tvořit a doufám, že vše půjde nadále dobře a nenastanou žádné komplikace či spory mezi náma dvěma. Uděláme pro to maximum...

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [2] <http://www.harddecare.cz>
- [3] <http://www.salon.cz>
- [4] <http://www.parazit.cz>
- [5] <http://www.threadless.com>
- [6] <http://www.fugu.cz>
- [7] <http://www.defect.cz>
- [8] <http://www.youngprimitive.cz>
- [9] <http://www.boo.cz>
- [10] <http://www.gopopular.com>
- [11] <http://www.freshlabels.cz>
- [12] <http://www.designportal.cz>
- [13] <http://www.glsh.cz>
- [14] <http://www.catgang.cz>
- [15] <http://www.infantia.cz>
- [16] <http://www.topdollar.de>
- [17] <http://urban-style.tipblog.cz>
- [18] <http://www.kebabstore.com>
- [19] <http://www.urbanlegend.cz>
- [20] <http://www.pmkfa.com>
- [21] <http://www.pourpour.com>
- [22] <http://www.bumbarisparis.org>
- [23] <http://www.tiqe.cz>
- [24] <http://en.wikipedia.org>
- [25] <http://www.inspire-magazine.sk>
- [26] <http://www.selekkt.com>

[27] <http://www.iloveyourtshirt.com>

[28] <http://www.tcritic.com>

[29] <http://www.troundup.com>

[30] <http://hideyourarms.com>

[31] <http://futuraista.wz.cz>

[32] <http://www.wemoto.de>

[33] <http://www.vitaminfashion.com>

[34] <http://www.revolvershop.cz>

[35] <http://www.harddecocore.cz>

[36] <http://www.weareaiko.com>

[37] <http://shop.tokidoki.it>

[38] <http://www.mimikri.net>

[39] <http://www.maydafashion.com>

[40] <http://www.pffw.cz/info.htm>

[41] <http://www.designsupermarket.cz/>

[42] <http://www.anstein.net>

[42] časopis Inspire - magazine with difference (11/2007, vydání č. 38)

článek Jany Milatové, str. 24-26)

[43] <http://media.rozhlas.cz/> (audiogalerie českého rozhlasu)

-rozhovor s radkou Čajovou z POUR POUR

-rozhovor s Monikou Burdovou z TOALETTE

-rozhovor s Hedvikou Fröhlichovou za Hedush

-rozhovor s Annou Kolínskou za Annalog

-rozhovor s Lucií Marešovou a Marií Silondí o jejich kabelkách - psíkách

-rozhovor se Simonou Bagarovou o společnosti Rozmarýna

[44] Programový měsíčník INZLIN, březen 2008

- [45] časopis Yellow, č.3, březen 2008, str. 144, článek o grafitti umělkyni Fafi
- [46] Print and production finishes for promotional items, Scott Witham, ISBN: 978-2-940361-68-7, Rotovision SA 2007
- [47] <http://www.fafi.net>
- [48] časopis ČILICHILI, 7/2008
- [49] <http://www.miliondolar.cz>
- [50] <http://www.nugget.cz>
- [51] <http://www.momentproduction.com>
- [52] <http://www.trautenberk.cz>
- [53] <http://www.punktura.com>

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. č. 1 - Jedna z hlavních postav ze seriálu IT crowd ve svých tričkách.....	13
Obr. č. 2 – Fotografie triček Youngprimitive z oficiální webové stránky.....	15
Obr. č. 3 – Ukázky z tvorby značky Defect.....	17
Obr. č. 4 – Gábina Horáková na fotografiích se svými taškami. ....	18
Obr. č. 5 – Výrobky od značky Vohoz.....	19
Obr. č. 6 – Internetová stránka Bumbaris Paris. ....	20
Obr. č. 7 – Brože od autorky Lucie Bartkové.....	21
Obr. č. 8 – Ukázka z portfolia značky Momentproduction. ....	22
Obr. č. 9 – Trička Nugget z kolekce na rok 2008. ....	23
Obr. č. 10 – Ukázka z tvorby značky Segra Segra.....	23
Obr. č. 11 – Ukázka z tvorby značky Nikola Moustafa. ....	24
Obr. č. 12 - Hrnečky, tričko a taška z kolekce pod značkou Mojemoje.....	24
Obr. č. 13 - Náhled webové stránky značky Leeda.....	26
Obr. č. 14 – Tričko, placky a taška od značky BOO.....	27
Obr. č. 15 – Ukázka z tvorby značky Urban Legend. ....	28
Obr. č. 16 – Dámské a pánské trenýrky značky Infantia.....	29
Obr. č. 17 – Ukázka z produkce tašek od značky Vitamin.....	30
Obr. č. 18 – Ukázka z tvorby dua Milion Dolar.....	31
Obr. č. 19 - Tričko a potisk trička od značky Trautenberk.....	32
Obr. č. 20 - Nášivky a náušnice autorské kolekce Zvrhlý vkus.....	32
Obr. č. 21 – Design triček od značky Mimikri.....	33
Obr. č. 22 – Tričko a brože Animaler.....	34
Obr. č. 23 – Ukázka autorské kolekce šperků z kabelů CableArt.....	35
Obr. č. 24 - Ukázka z tvorby Magdy Vachunové a její značky Mayda.....	36
Obr. č. 25 – Náhled webové prezentace značky Chatty. ....	37
Obr. č. 26 – Ukázka triček od značky Fugu pro malé děti. ....	38
Obr. č. 27 – Přívěšek, tričko a tašky od značky Popular. ....	40
Obr. č. 28 – Fotoportréty tvůrců fashion labelu Popular. ....	40
Obr. č. 29 – Dětský pletený batůžek od značky Blabla.....	41
Obr. č. 30 – Pletené a šité hračky od firmy Blabla.....	42
Obr. č. 31 – Ukázka oblečení značky Zoo York, z dámské kolekce.....	43
Obr. č. 32 – Ilustrace Simona Legna pro firmu Tokidoki. ....	44

Obr. č. 33 – designér značky Tokidoki Simone Legno při práci. ....	44
Obr. č. 34 – Ukázka produktů značky Tokidoki. ....	45
Obr. č. 35 – Trička podle návrhů Nicka Stumpa pro značku AIKO. ....	45
Obr. č. 36 - Ilustrace Nika Stumpa. ....	46
Obr. č. 37 – Internetový obchod Catgang. ....	48
Obr. č. 38 – Internetový e-shop Freshlabels.cz. ....	49
Obr. č. 39 – E-shop popular. ....	49
Obr. č. 40 – Internetový obchod Ypshop.cz. ....	50
Obr. č. 41 – Internetový obchod značky Defect. ....	50
Obr. č. 42 – Internetový obchod Infantia.cz. ....	51
Obr. č. 43 – Internetový obchod a prezentace značky Urban Legend. ....	51
Obr. č. 44 – Internetový obchod a prezentace značky Vitamin. ....	52
Obr. č. 45 – Internetový obchod a prezentace značky Boo. ....	53
Obr. č. 47 – Obchod s názvem Toalette. ....	54
Obr. č. 48 – Logo a pohled do obchodu Revolver. ....	56
Obr. č. 49 – Obchod s názvem Inter-zone. ....	57
Obr. č. 50 – Ukázka několika různých Vinyl Toys. ....	59
Obr. č. 51 – Webová stránka značky „ošklivých panenek,, Uglydolls. ....	60
Obr. č. 52 – Ukázka plyšových polštářků a klíčenek Uglydolls. ....	61
Obr. č. 53 – Ukázka pomalovaných bot – sneakers. ....	62
Obr. č. 54 – Fotografie z akce Prague Fashion Weekend 2006. ....	63
Obr. č. 55 – Řada log pro značku LICHI. ....	68
Obr. č. 56 – Geometrický ornament vytvořený pro značku LICHI. ....	68
Obr. č. 56 – Samolepky pro značku Lichi. ....	69
Obr. č. 57 – Grafický návrh na razítko na označování obálek pro posílání drobného zboží. (např.: šperky, nálepky... atd. ....	69
Obr. č. 57 – Několik grafických návrhů potisků trik LICHI. (Realizované prozatím jen první dva v pořadí). ....	70
Obr. č. 59 – Návrhy prozatím nerealizovaných plakátů pro značku LICHI. ....	72
Obr. č. 60 – Realizovaný potisk trička značky LICHI. ....	73
Obr. č. 61 – Realizovaný potisk trička značky LICHI. ....	73



SEZNAM PŘÍLOH

1 x CD-ROM (Diplomová práce)