



WE ARE FERDINAND INSPIROVÁNO VÁCLAVEM HAVLEM

Salvátor Soška bude za půl roku maturovat, přitom už tři roky úspěšně podniká se svou značkou We are Ferdinand. „Odmalička jsem chtěl dělat něco vlastního,“ vysvětluje, proč v šestnácti založil ponožkárnu. „Kancelář jsem si udělal ve školní lavici, hlavně v hodinách chemie, biologie a fyziky,“ směje se. Do začátku mu půjčili rodiče, před rokem jim ale peníze vrátil a firma je teď jeho. Na designu pracuje s Jakubem Jánošíkem, jednoduché vzory vymýšlejí sami, spolupracují ale i se známými ilustrátory, jako je třeba Eliška Podzimeková nebo Michal Bačák. Mladá firma ze Zlína má za sebou také zakázky pro firmy, jako je Curaprox, Eo.n nebo Okna Jánošík. Kde se vzal zvláštní název značky? „We are Ferdinand odkazuje na Václava Havla, který nosil krátké kalhoty, a na jeho pseudonym Ferdinand Vaněk,“ říká Soška. Jeho další plán je jasný: po maturitě pokračovat ve studiu na vysoké škole a při tom dále rozvíjet vlastní výrobu ponožek v Česku, hrát si s kvalitními materiály a spolupracovat s úspěšnými designéry.



Měkkouši se stylem

Češi se nebojí. Alespoň když jde o odvážné ponožky, které hýří barvami. Přibývá díky tomu značek, jež navrhují a v Česku vyrábějí stylové ponožky. Podívejte se, kdo stojí za „měkkouši“, tedy měkkými dárky, které pod stromečkem výjimečně nezklamou.

PAVLA FRANCOVÁ, FOTO: MICHAEL TOMEŠ



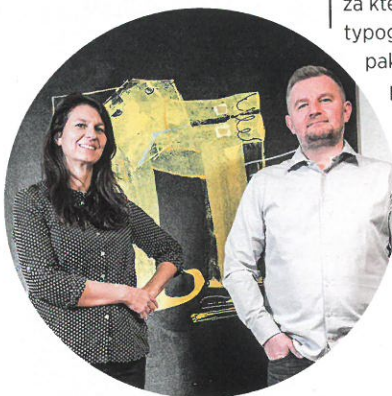
V PÁRU
CVAKAJÍ SE K SOBĚ

Lukáš Mrázik spolu se svým kamarádem Petrem Osičkou přišli na to, jak se uchránit před lichožrouty. „Petr vymyslel cvočky pro spojování ponožek, tak abyste je vždy vyndali z pračky v páru,“ říká Mrázik, který chtěl začít ponožky vyrábět jednoduše proto, že se mu nelíbily ty, které byly k dostání v obchodech. Před třemi lety tak vznikla značka V Páru, za kterou dnes stojí právě Mrázik. Sám je i autorem základního sortimentu. „Jsem původní profesí architekt, tak mám k navrhování blízko,“ říká rodák z Karlových Varů, který se stále živí i projektováním bytových a rodinných domů. Jak říká, nečekal, že se ponožky rozjedou tak, aby se mohl věnovat jen jim. „Dokonce jsem to stále neřekl svojí babičce, mám pocit, že by mi vynadala, že se nedržím architektury,“ směje se Mrázik. V Páru pracuje čím dál víc pro firemní zákazníky, dnes už to představuje třetinu ze zhruba milionového obrátu. „Nejzajímavější zakázka byla pro jedno pražské gymnázium. Ve škole udělali soutěž o návrh, vybrali vítěze a podle jeho návrhu jsme jim vyrobili ponožky pro celou školu,“ říká Mrázik.



BESOCKS
S LONKOU ZA ZÁDY

Architektovi Norbertu Gáfríkovi a textilní návrhářce Martině Novotné se líbily ponožky jedné švédské firmy. Jak ale říkají, přišlo jim, že jejich kvalita zaostávala za designem. „Říkali jsme si, jestli by to nešlo lépe, a navíc s výrobou v Česku. Textilní výroba tu má velkou tradici a k tomuto produktu se hodí spíš malosériová produkce,“ vysvětlují, proč se před dvěma lety pustili do vlastní značky ponožek BeSocks. Vyrábí je pro ně společnost Lonka, která má víc než stoletou tradici. Každý rok plánují uvádět novou kolekci, za kterou budou různí autoři, grafici, typografové, návrháři. Z jejich návrhů pak majitelé značky spolu s partnery projektu Tomášem Brousem a Petrou Dočekalovou vybírají kolekci. Na zakázku vyráběli například pro festival Jeden svět. Majitelé BeSocks, pro něž jsou ponožky spíše zajímavým koníčkem, mají jasno: „Nechceme ovládnout trh, ale nabídnout kvalitní, inteligentní a zajímavou alternativu.“



SOCKSINBOX
VŽDY POUZE JEDNA SÉRIE

Začala u nás jako první. Když Iva Neumanová držela před sedmi roky v rukou první várku vlastních barevných ponožek, říkala si, jestli se nezbláznila. „Začátek byl hodně těžký, tehdy je nosil málokdo, nebyl to ani v nejmenším takový trend jako dneska,“ vzpomíná návrhářka a zakladatelka SocksInBox. Rozhodla se ale, že si půjde za svým a bude se soustřeďovat na barevné ponožky hlavně pro muže. Zajímavé ponožky totiž prý odjakživa milovala. Začala objíždět módní markety, přes Facebook se dostávala k dalším lidem a postupně se jí povedlo vytvořit si tehdy úplně novou skupinu zákazníků. „Zjistila jsem, že chlapi se nebojí odvážných barev a vzorů. Mnohem konzervativnější jsou ženy, které je spíš brzdily,“ říká Neumanová. Trvalo dva roky, než se jí povedlo vytvořit stabilní firmu, která jí dnes dobře užívá. Podle vlastních návrhů vytváří limitované kolekce ponožek, které balí po třech párech do speciálních krabiček s potisky od české ilustrátorky Kamily Stolářové. „Když se ponožky z kolekce vyprodají, ve stejné podobě už modely nikdy nevyrobím. Zákazníci tak mají originální kousky a já můžu tvořit. To je nejkrásnější část mojí práce,“ pochvaluje si.



SHOP AT DSQUARED2.COM



WOOD
DSQUARED2

THE NEW FRAGRANCES

KLUB PÁNŮ Z PONOŽKOVIC Z OXFORDU DO ČESKÉHO KLUBU

Během svých studií a cest po USA a Velké Británii si Petr Janda všiml, jak nosí muži k oblekům barevné ponožky. Líbilo se mu to natolik, že když se vrátil domů, rozhodl se, že se do výroby ponožek sám pustí. Tenhle absolvent Oxfordu si vzal pastelky, papír a začal navrhovat první kusy originálních ponožek. To bylo před čtyřmi lety. Od té doby se mu povedlo vytvořit známou značku Klub Pánů z Ponožkovic, která je na rozdíl od ostatních českých značek založená na předplatitelském modelu. „Prodáváme členství v klubu, nikoli ponožky jako takové,“ říká Janda. Kdo se stane členem, ten dostává pravidelně každý měsíc originální pár ponožek. Kolik členů klub má, nechce prozradit, s jejich počtem je ale prý spokojený. „Spíše se snažíme rozšiřovat povědomí o našem klubu a o barevných ponožkách obecně. Věříme, že je pořád mnoho lidí, kteří by si členství u nás či prostě jen nošení barevných ponožek užili, ale zatím se k tomu nedostali, a jsou tak ochuzeni o jednu z menších, ale o to hezčích životních radostí,“ dodává Janda.



TOE STORY

CHYBY JAKO PŘEDNOST

Bez chyb a fuckupů to nejde. Přesně to mají říkat ponožky od Toe Story, pražské značky, kterou před třemi lety založili obchodní i životní partneři Lenka Kubzová a Pavel Kučera. Na jejich ponožkách jsou totiž úmyslné chyby, decentní odchylky od vzoru. Pustit se do výroby ponožek ale tahle dvojice jako chybu nevidí. K vlastní ponožkové firmě se dostali přes kamaráda, který vlastnil textilku. „Dělal v ní samé šedé a monotónní věci. A nám chyběly na trhu barevné ponožky z českých luhů a hájů. Tak jsme si řekli, že kamarádovi jeho výrobu zbarevníme,“ vypráví Kubzová. Jejich plán sice nevyšel, svého nápadu se už ale nepustili. Ročně prodávají několik tisíc párů pestrých ponožek, které si i sami navrhují. Zatím je pro ně tenhle byznys spíš koníčkem a změnou v životě. „Chtěli jsme oživit naše pěkně vysezené kariéry něčím, na co by se dalo sáhnout,“ usmívá se Lenka Kubzová, která dřív působila jako ředitelka logistiky a členka vedení továrny v nadnárodní potravinářské firmě. Její partner, který má v Toe Story na starosti hlavně grafiku a reklamu, spoluvlastní mediální agenturu.



GALANT SOCKS

HRAVĚ, ALE DECENTNĚ

Původně to měly být české polokošile. Marek Exner chtěl vytvořit svou oděvní značku Galant už před několika lety, kdy si navrhl i logo. Tím to ale i skončilo. Rozjet oděvní firmu není jen tak. Nápad oživil až s kamarádem Vojtěchem Domanjou. „Rozhodli jsme se, že na začátek to chce něco méně náročného a že byznys s módou začneme budovat od podlahy, tedy od ponožek,“ říká Exner, původní profesí IT specialista. Do jejich výroby se dali loni na jaře, na trh se ponožky Galant dostaly asi před rokem. Na rozdíl od většiny ostatních designových ponožek se tahle mladá značka snaží dělat méně výstřední a křiklavé motivy. Vzory navrhují sami Exner a Domanja (profesí manažer řízení zásob), kterým se podařilo za krátkou dobu získat obchodní partnery, jako je například Koutný Prostějov nebo Shoe Republic. Ze sedmi vzorů ponožek, se kterými před rokem vstoupili na trh, jejich nabídka už vzrostla na 19 motivů a příští rok chystají dalších 15 nových designů.

BAREVNÉ DIAMANTY TRHAJÍ V DRAŽBÁCH CENOVÉ REKORDY. JEJICH OBLIBA ROSTE I V ČESKU

Ženevská aukční síň Christie's v listopadu vydražila unikátní růžový diamant Pink Legacy o váze 19 karátů za 1,2 miliardy korun. V přepočtu na karát šlo o rekordní částku. Jedná se přitom jen o jednu z řady nedávných aukcí, ve kterých byli zájemci za vzácný barevný diamant ochotni zaplatit mimořádné sumy. Jedním z hlavních důvodů je, že z deseti vytěžených diamantů je barevný jen jeden. Hodnota takové investice navíc rychle narůstá. Uvědomují si to i Češi, u kterých jsou šperky s barevnými diamanty stále oblíbenější.



Klenotníci z celého světa upozorňují na sílící fenomén obliby barevných diamantů, které byly ještě nedávno doménou zejména sběratelů. Nyní se stále častěji dostávají do hledáčku i běžných investorů. Důvodem je nejen jejich atraktivní vzhled, ale především vzácnost a růst hodnoty.

českého klenotnictví

ALO diamonds. „Pop-távka po špercích s barevnými diamanty roste. Lidé si je pořizují jako investici, dar či cenný předmět, který se bude v rodině dědit po generace,“ dodává.

HODNOTA BAREVNÝCH DIAMANTŮ POROSTE

Jeden barevný diamant připadá na zhruba 10 tisíc všech vytěžených diamantů. Nejvzácnější barvou je růžová, po které následuje modrá, žlutá a červená. Zájem o barevné diamanty bude podle očekávání stoupat i nadále, stejně jako jejich hodnota. A to i díky klesající výtěžnosti stávajících nalezišť, které je velmi obtížné a nákladné nahradit novými doly.

V závěru je třeba zdůraznit, že existuje několik pravidel, na něž je třeba při nákupu investičního šperku s diamanty dbát. Záleží především na kvalitě diamantu a jeho vlastnostech. Je proto vhodné pořizovat si pouze šperky s certifikovanými kameny u prověřených prodejců. Důležité je také umělecké zpracování klenotu jako celku.

DOPLNĚK PORTFOLIA I RODINNÉ DĚDICTVÍ

Podle statistiky Fancy Color Diamond Indexu zhodnotily modré diamanty za posledních osm let o 70 %. Cena žlutých vzrostla o 90 %, hodnota růžových diamantů dokonce o 180 %. Ve srovnání s ostatními dlouhodobými investicemi jsou takové výnosy velmi zajímavé. Stále více lidí proto poptává šperky s barevnými diamanty jako doplněk svého investičního portfolia. Výjimkou nejsou ani Češi. „První šperky se žlutými diamanty jsme začali klientům nabízet před devíti lety. V reakci na sílící poptávku jsme ale přidali další barvy, například modrou. Před dvěma lety jsme se navíc stali prvním českým klenotnictvím, které zákazníkům nabídlo šperk s růžovým diamantem,“ uvádí Alojz Ryšavý, klenotník a majitel největšího