

Kolekce do deště Rainy Days Collection

BcA. Tereza Konečná

Diplomová práce
2018

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Průmyslový design

akademický rok: 2017/2018

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Tereza KONEČNÁ**
Osobní číslo: **K15394**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Průmyslový design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Kolekce do deště**

Zásady pro vypracování:

1. Historický vývoj oděvů a doplňků do nepříznivého počasí
 2. Analýza současné produkce
 3. Materiály vhodné k využití
 4. Výzkumná část
 5. Filozofie návrhu, inspirační zdroje
 6. Počáteční kresebné návrhy
 7. Rozpracování vybrané koncepce
 8. Technická dokumentace
 9. Ergonomická studie
 10. Fyzický model
 11. Vypracování písemné doprovodné zprávy zahrnující celý proces práce.
- Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině a angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

ABSTRAKT

Diplomová práce se zaměřuje na ochranu člověka proti dešti a špatným povětrnostním podmínkám v běžném každodenním životě. Výsledným produktem je kolekce svrchního oděvu, vytvořený z textilie na které je aplikována nanovláknitá membrána.

Teoretická část se zabývá historií oděvů do deště a následně analýzou hydrofobních materiálů a jejich vlastnostmi.

V druhé praktické části je popsán celý vývoj finálního produktu od počátečních návrhů po finální řešení celé kolekce do deště.

Klíčová slova:

Kolekce do deště, fashion, ochrana člověka, unisex, unisize, aplikace nanovláknité membrány, Nanomembrane, hydrofobní materiál

ABSTRACT

The diploma thesis is focusing on protection of people against rain and bad weather conditions during regular everyday life. The final product is a collection of upper clothes made of textile. There is a nanofibre membrane used on the textile.

The theoretical part is concentrating on history of clothes using during rainy days and then it is dealing with analysis of hydrophobic materials and their qualities.

In the second part – practical part- there is described the whole development of final product from initial designs till final solution of the whole collection for rainy days.

Keywords:

collection for rainy days, fashion, protection of people, unisex, unisize, using of nanofibre membrane, hydrophobic material

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 1.května 2018

Tereza Konečná

OBSAH

ÚVOD.....	14
I TEORETICKÁ ČÁST.....	15
1 KULTURNÍ POSTOJ K DEŠTI.....	16
2 HISTORICKÝ VÝVOJ ODĚVŮ A DOPLŇKŮ DO NEPŘÍZNIVÉHO POČASÍ.....	17
2.1 ODĚVY	17
2.1.1 Thomas Burberry.....	18
2.1.2 2. polovina 20. století.....	19
2.2 PRACOVNÍ ODĚVY.....	20
2.2.1 Helly Hansen	20
2.2.2 66 ° NORTH.....	22
2.3 DEŠTNÍK.....	23
2.3.1 Fulton.....	24
2.3.2 Ombrelli Maglia	25
2.4 HOLÍNKY.....	25
2.4.1 Hunter.....	25
2.4.2 Novesta.....	26
2.4.3 Tretorn.....	27
3 SOUČASNÁ FASHION PRODUKCE.....	28
3.1 KOLEKCE DO NEPŘÍZNIVÉHO POČASÍ	28
3.1.1 RAINS.....	28
3.1.2 STUTTERHEIM.....	30
3.1.3 BOA Design.....	31
3.1.4 Reykjavik Raincoats.....	32
3.1.5 Maxjenny.....	33
3.1.6 Dystopian Brutalist Outerwear od Martijn Van Strien.....	34
3.1.7 Anne van Galen.....	34
3.1.8 Studio Marlies Schets.....	36
3.1.9 Beetle	36
3.1.10 MUDDY PUDDLES	37
3.2.11 Batohy z banerů	37
3.2 FASHION A CYKLISTIKA.....	38
3.2.1 ByBrown.....	38
3.2.2 kolekce Free Circle.....	39
3.2.3 SegraSegra.....	40
3.2.4 Van Moof.....	41
3.2.5 Senscommon.....	41
3.3 OUTDOOR FASHION	42
3.3.1 Tilak	43
3.3.2 The North Face.....	43
3.3.3 Cintamani.....	44
3.3.4 Fjällräven.....	45
3.4 OBUV.....	46
3.4.1 Ruco Line.....	46
3.4.2 Estel Alcaraz	47
3.5 ISLAND, POČASÍ A FASHION.....	48
3.5.1 MUNDI.....	49
3.5.2 Sruli Rech.....	49
3.5.3 MAGNEA.....	50

	3.5.4	Geysir.....	50
	3.5.5	Farmers Market	51
4		TEXTILNÍ MATERIÁL	52
4.1		TEXTIL - MATERIÁL KTERÝ NÁS HALÍ	52
4.2		TEXTILNÍ VLÁKNA.....	53
	4.2.1	Přírodní vlákna.....	53
	4.2.2	Chemická vlákna.....	53
4.3		TEXTIL A INOVACE.....	54
	4.3.1	Mirkovlákna.....	54
	4.3.2	Elastany.....	54
	4.3.3	Nová vlákna	54
	4.3.4	Pavoučí hedvábí	54
	4.3.5	Textilie s proměnlivými efekty	55
	4.3.6	Světelné (luminozní) textilie	55
	4.3.7	Prodyšné a voděodolné membrány	55
	4.3.8	Inovační povrchové úpravy	55
	4.3.9	Ekologie	56
4.4		VODĚODOLNÉ MATERIÁLY.....	56
	4.4.1	Hydrofobní, mikroporézní membrána.....	56
	4.4.2	Hydrofilní, neporézní membrána	57
	4.4.3	GORE-TEX	57
	4.4.4	Ventile	58
	4.4.5	Hy VENT.....	59
	4.4.6	Tyvek.....	59
	4.4.7	S.Café.....	60
	4.4.8	Cordura	60
	4.4.9	Orchestr max	61
	4.4.10	HYGY & KTTEX	61
5		NANOMEMBRANE	62
5.1		CO JE TECHNOLOGIE NANOMEMBRANE.....	63
	5.1.1	Dvouvrstvé lamináty.....	63
	5.1.2	Třívrstvé lamináty.....	64
	5.1.3	Čtyřvrstvé lamináty.....	65
	5.1.4	Hydrophobic Extreme.....	65
5.2.		KVALITA, TESTOVÁNÍ A VÝVOJ	66
II PRAKTICKÁ ČÁST			67
6		KONCEPT	68
6.1		INSPIRACE.....	68
6.2		FILOZOFIE PRODUKTU.....	69
7		ZVOLENÝ MATERIÁL - NANOMEMBRANE.....	70
7.1		VLASTNOSTI ZVOLENÉHO MATERIÁLU	71
7.2		ÚDRŽBA MATERIÁLU	72
7.3		BAREVNÉ PROVEDENÍ MATERIÁLU.....	73
8		VÝZKUM.....	74
8.1		DEFINICE MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU.....	74
	8.1.1	Kvalitativní výzkum	74
	8.1.2	Kvantitativní výzkum	75
8.2		ANALÝZA VÝZKUMNÉHO ŘEŠENÍ.....	75
8.3		DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	75
8.4		DOTAZOVANÉ OTÁZKY.....	76
8.4		VYHODNOCENÍ VÝZKUMU.....	77

9	ROZPRACOVÁNÍ KONCEPCE.....	79
9.1	POČÁTEČNÍ KRESEBNÉ NÁVRHY.....	79
9.2	POČÁTEČNÍ STŘIHY.....	80
9.3	OCHRANA.....	83
9.3.1	Povětrnostní podmínky.....	83
9.3.2	Zdraví v souvislosti s textilií.....	84
9.3.3	Bezpečnost	84
10	FINÁLNÍ ŘEŠENÍ	86
10.1	STŘIHY	86
10.2	UNISIZE	89
10.3	UNISEX	89
10.4	BAREVNÉ VARIANTY	90
10.5	REFLEXNÍ PRVKY	90
10.6	NÁZEV KOLEKCE	91
10.6	GRAFICKÉ ŘEŠENÍ	91
10	FOTODOKUMENTACE... ..	92
	ZÁVĚR.....	98
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	99
	SEZNAM OBRÁZKŮ	103

ÚVOD

„Prší, to zas budu mít špatnou náladu..“

Proč déšť působí negativně a depresivně, když je součástí našich životů? Proč si blokujeme hlavu pesimistickým myšlením? Bez deště a vody by jsme si život asi těžko dokázali představit. Cyklus vody na zemi je jednou z nejdůležitějších součástí našeho života. Co by se dělo, kdyby nepršelo? Co kdyby bylo vody málo? Co kdyby bylo vody až moc? Kdyby bylo vody moc, to by bylo asi reálnější. Žilo by se možná na lodích, žilo by se na vodě. Ale co kdyby nebyla? Nebyl by život. Proto berme déšť jako pozitivní součást našich životů a mějme ho rádi.

Ale co když chodíte celý den po městě a prší, máte mokré oblečení, mokrou hlavu, mokro v botech nebo vám nateče do batohu či kabelky. V pláštěnce vypadáte nevkusně, deštník je vám celý den na obtíž a gumáky nejsou nejpohodlnější obuv na celý deštivý den.

Hlavním cílem diplomové práce je zpříjemnit lidem déšť, aby ho brali jako pozitivní součást života. Vymyslet kolekci do deště na základě výzkumu, který se bude věnovat ideálnímu produktu do deště pro člověka žijícího ve střední Evropě.

Závěrem práce je kompletní kolekce funkčních svrchních oděvů.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 KULTURNÍ POSTOJ K DEŠTI

Většina lidí co se probudí do šedého deštivého dne by nejradyji trávila celý den v posteli pod příkrývkou. Pro někoho, kdo ale zažil ve svém životě nejextrémnější sucho, má déšť pravděpodobně opačný účinek.

Kulturní postoj k dešti se v různých zemích liší. V oblastech Západního světa je déšť spojován se smutnými, splínovými a negativně laděnými významy a náladami. Berou déšť jako něco co se staví do cesty.

Naopak kultury které se setkají se srážkami jen velmi zřídka pochopitelně vidí déšť jako něco radostného a cítí se spokojeně. Déšť vítají s otevřenou náručí a úsměv, smích a tanec jako tradici vítání deště můžeme vidět všude.

Stát Botswana ležící na poušti má ve znaku slovo „PULA,, což znamená déšť, ale také úspěch a požehnání. Také Botswanská měna se nazývá Botswana pula.

Ve většině států severní Evropy je déšť vnímán jako součást života. Jelikož je déšť na denním pořádku, nic obyvatele severských států nerozhodí a snaží se přizpůsobit jakémukoliv počasí a to především deštivému. V dnešní době jsou v severských státech velmi populární oděvy a obuv do nepříznivého počasí a určují trend po celé Evropě. Ať už jsou tyto oděvy určeny do města, na turistiku nebo na ryby jsou mezi severany velmi oblíbené.

Při dešti ve střední Evropě neexistuje úsměv, když se podíváme na lidi čekající na autobus pod střechou autobusové zastávky, nikdo se neusmívá. Navlhnutí v dešti má asociace s nemocemi, nachlazením a chřipkou. Ve střední Evropě působí déšť na lidi převážně negativně. Lidé během deště raději nevycházejí ven a padá na ně ospalá a negativní nálada.

2 HISTORICKÝ VÝVOJ ODĚVŮ A DOPLŇKŮ DO NEPŘÍZNI- VÉHO POČASÍ

Historický vývoj oděvů a doplňků do nepříznivého počasí má dlouhou historii. Oděvy a doplňky do nepříznivého počasí byly důležité především pro práce na moři, práci na poli, pro vojáky, kteří trávili dlouhé chvíle na bitevních polích nebo naopak pro nejvyšší vrstvy společnosti jako elegantní módní doplněk.

2.1 Oděvy

Lidé žijící v podnebních pásech s častými dešťovými srážkami, se od nepaměti snažili vyvinout takové látky, které dokáží odolat nepřízni počasí. Přes velkou snahu se dlouho nedařilo vypěstovat takovou rostlinu, ze které by vyrobená látka dokázala vzdorovat vodě.

Rostliny tedy velký úspěch nepřinesly a lidé se přeorientovali do živočišné říše nabízející kůže. Jenže byly těžké a oděvy impregnované voskem byly tuhé, nepoddajné a nevzhledné.
[1]

V roce 1791 angličan Samuel Peal dostal patent za to, že látku potřel kaučekom a tím se stala nepromokavá. V roce 1801 byl udělen stejný patent Rudolfo Ackermanovi za pršiplášť. Bouhužel pršiplášť obou vynálezců byly v zimě tvrdé a v létě se lepily na šaty a na tělo.

Později se začala objevovat keprová vazba tkané látky z impregnované příze, která se uplatnila ve sportovním a loveckém odívání.

2.1.1. Thomas Burberry

Až v roce 1900 dostal Thomas Burberry geniální nápad ušít z tak užitečné látky plášť do deště. Takový oděv chránil před větrem a deštěm muže i ženy, kteří neocenitelný přínos do odívání přivítali s otevřenou náručí. Některé pláště byly opatřeny dokonce vlněnou nebo kožešinovou vložkou chránící před zimou. [2]



Obrázek č.1 : Thomas Burberry (plášť do deště 1900)

2.1.2 2. polovina 20. století

Po 2. světové válce přišla nová vlna nepromokavých kabátů a pláštěů ze syntetických vláken jako jsou Nylon, PVC a další syntetické materiály. Tento trend vyvrcholil v 60. letech v podobě zářivých barev plastů. Zdálo se, že umělé hmoty v blízké budoucnosti vytlačí všechny ostatní materiály. Plasty ovlivnili módu i design. V módě se upřednostňovala bílá a stříbrná barva a kosmické tvary, které neodmyslitelně patřili k tomuto období. Tento styl 60. let nazýváme „Space Age“ (kosmický věk) .

Koncem 80. a v 90. letech se objevují zbrusu nová chemická vlákna a účinnější impregnační metoda poskytující návrhářům volnost. Technický pokrok přinesla také látka potahovaná nepromokavou fólií, která přitom nenarušovala prodyšnost.



Obrázek č. 2: Pierre Cardin 1968 Obrázek č. 3: Space Age, (ÚBOK- Žena a móda 1969)

2.2 Pracovní oděvy

Jedním z příkladů kvalitního oděvu do deště jsou pracovní oděvy do nepříznivého počasí, pro práci na poli, ve vlhkém prostředí, v nečistotě. Tyto oděvy většinou nekladou důraz na design ale na kvalitu a praktičnost. Oděvy jsou navrženy tak aby seděly na jakoukoliv postavu, splňovaly veškeré funkční požadavky a byly pohodlné. Do těchto oděvů řadíme různé kabáty, kalhoty, bundy, rukavice, klobouky, a další svchní vrstvy oblečení. Pracovní oděvy byly v historii vyrobeny z velké škály materiálů a to od kůže a kožešin, přes tkané materiály po exotické přírodní i syntetické tkaniny.



Obrázek č. 4: Pracovní oděvy

2.2.1 Helly Hansen

Helly Hansen značka kterou často známe pod logem HH je Norským výrobcem textilií a vybavení pro sport, práci na moři, v horách a v jakémkoliv průmyslovém pracovním prostředí. Firma byla založena v roce 1877 kdy Helly Hansen Juell pracoval na moři a jeho

manželka mu začala vyrábět nepromokavé bundy a kalhoty z plachty namočené ve lněném oleji. V roce 1878 dostala firma diplom za vynikající výsledky na pařížském Expu. Spo

lečnost Helly Hansen vyvinula několik materiálů ze kterých pracovní oděvy vyráběla a to pod názvem Linox, Helox, Plarex. Později vyvinuli materiál s názvem Fibrepile, oděvy co z něj byly vyrobené sloužily dřevorubcům, kteří zjistili, že je to ideální pracovní oděv z důvodů velké izolace proti chladu a větru a dobře větral během tvrdé, fyzické práce v lese. Dalším vyvinutým materiálem v roce 1970 byla látka LIFA, kterou objevili italští vědci. Přišli na to jak točit příze z polyuretanového vlákna a byli oceněni Nobelovou cenou. Tato vlákna udržují pokožku v suchu a teple zatlačením vlhkosti do těla, takže je ideální základní vrstvou tkaniny pro outdoor a pracovní oděvy. V tu chvíli se zrodil systém tří vrstev oblečení. V roce 1970 společnost vyvinula Skafandry pro pracovníky na ropných plošinách.

Helly Hansen představil své nové technologie H2 Flow v roce 2012 s bundou H2 Flow, který získal Cenu za vynikající design od Norské rady pro design.

Do dnešní doby je značka Helly Hansen jedním z nejkvalitnějších výrobců oděvů do nepříznivých podmínek.



Obrázek č.5 : Materiál Canor Plarex



Obrázek č.6 : Helly Hansen pracovní oděvy

2.2.2 66 ° NORTH

Islandská společnost byla založena v roce 1926 Hansem Kristjánsonem za účelem ochranných oděvů pro islandské rybáře a pracovníky navzdory nepříznivému počasí severního Atlantiku. Hans Kristjánsson žil v Sudureyri v Súgandafjordur na Westfjordech Islandu, kde byly povětrnostní podmínky opravdu tvrdé a kvalitní oděv byl tedy otázkou života a smrti pro islandského rybáře. Hans se snažil vytvořit ideální oděvy pro rybáře, aby se ale naučil šít rybářské oblečení musel se přestěhovat na určitý čas do Norska. Jakmile se Hans přestěhoval zpět na Island založil rybářskou oděvní továrnu pod značkou 66°NORTH, která odvozuje svůj název od zeměpisné délky linie polárního kruhu, který prochází městečkem Súgandafjörður, kde byla společnost v roce 1926 založena.

V současné době firma vyrábí funkční oblečení bez kompromisů pro všechny druhy outdoorových aktivit. Rybářské a pracovní oděvy jsou ale stále základem výroby, i když v mnohem širším výběru ochranných oděvů pro každou příležitost než tomu bylo na začátku společnosti. 66 ° NORTH poskytuje islandským pátracím a záchranným složkám oděv od roku 1928. Tato úspěšná spolupráce spojuje evoluci outdoorového oblečení od bund vyrobených z ropy po bundy vyrobené z revolučních syntetických materiálů.

Filozofie produktů je, že by počasí ani na Islandu nemělo být nikdy překážkou. Oděv je navržen tak aby byl pohodlný a přizpůsobený každodennímu životu, ale zároveň připravil na nejhorší.

V současné době je většina výroby přesunuta do Lotyšska. Úzce spolupracuje s vysoce kvalitními výrobci látek , kteří nabízejí inovativní různorodé materiály.



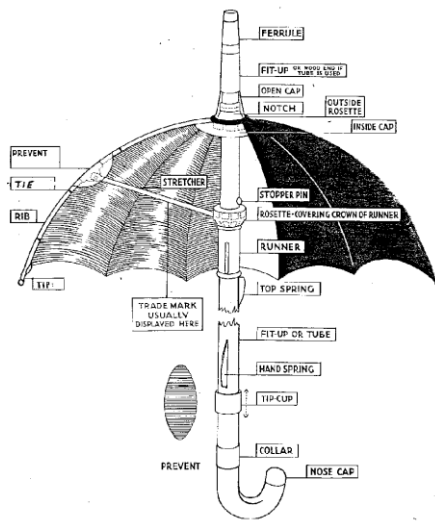
Obrázek č.7 : 66 ° NORTH



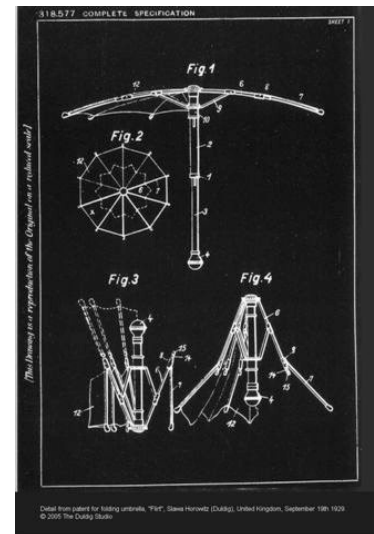
Obrázek č.8: 66 ° NORTH

2.3 Deštník

Deštník jako ochrana před deštivým počasím se objevila v Evropě na začátku 16. století a působil jako dámský doplněk. První evropské deštníky měly vyrobeny rukojeti z vyřezávaného tvrdého dřeva a byly potaženy napnutým plátnem. Staly se velmi populární. Deštník se postupem času stal symbolem anglického džentlemana. V roce 1852 vynalezl Samuel Fox ocelovou konstrukci deštníků. Skládací deštníky se objevily až o více než století později. V roce 1929 Slawa Hrowitz vynalezl první skládací deštník, kterému dal název Flirt. Vyráběl převážně v Rakousku a Německu. V roce 1939 prodal všechna práva rakouskému výrobcí Brüder Wüster.



Obrázek č.9: Autor deštníku Samuel Fox

Obrázek č.10: První skládací deštník
(vynálezce Slawa Horwitz)

2.3.1 Fulton

Historie světového výrobce nadčasových deštníků Fulton se datuje do roku 1956, kdy vynálezce Arnold Fulton založil v Londýně malou továrnu na výrobu deštníků. Zabýval se inovací a vývojem moderních deštníkových konstrukcí a dalších součástí deštníku. Do té doby deštníky neprošly více jak dvě stě let žádnou technickou inovací. Deštníky se těžko otvíraly, jejich hmotnost byla vyšší a životnost krátká. Arnold Fulton svým vývojem pozvedl kvalitu na současnou spíčkovou úroveň ve které značka pokračuje doposud. [3]

Kvalita a bezpečnost deštníku v dnešní době řadí tohoto výrobce mezi nejprodávější značky deštníků na světě. Britská královna a celá její rodina je dlouholetým uživatelem deštníků značky Fulton. Jeho produkty si našly oblibu u milionů zákazníků nejen ve Velké Británii, ale po celém světě.



Obrázek č.11: Značka deštníků Fulton

2.3.2 Ombrelli Maglia

Značka Ombrelli Maglia výrobce deštníků patří mezi nejvýznamnější řemeslná bohatství Milána. Byla založena v roce 1854 ve městě Veralonova a pak se přesunula do Milána, kde sídlí dodnes. Rodinnou firmu dodnes vede Francesco Maglia. Je to poslední společnost, která vyrábí deštníky manuálně. Dbá na vysokou kvalitu materiálů a výroby. Tradičně byl vždy jeden syn pojmenován Francesco a v současné době je vlastníkem pátý Francesco který provozuje podnik.

2.4 Holínky

V historii holínky nesloužili pouze jako pracovní obuv ale dokonce představovaly i vysoce módní záležitost. Nosily je i nejvyšší společenské vrstvy. Gumové holínky byly popularizovány hlavně Arthurem Wellesleyem v 19. století při Napoleonských válkách, ale jejich historie sahá až do 18.století. Od té doby však uplynulo mnoho let, holínky se vyvíjely až do dnešní podoby.

2.4.1 Hunter

Britská značka celogumové obuvi Hunter začala svou výrobu v roce 1856. Pod názvem The North British Rubber Company v Edinburgu vyráběla firma až do roku 1939 holínky především pro válečné účely, jelikož splňovaly veškeré náročné požadavky armády. Celkem bylo vyrobeno přes milion párů vojenské obuvi. Po válce poptávka vzrostla především u zemědělců a myslivců. Od roku 2005 se začaly gumáky rozvážet do zámorí, především do Ameriky. Značka Hunter je oceňovaná královskou rodinou, kdy je nosí i královna Alžběta. V dnešní době patří mezi nejznámější a nejluxusnější značku gumové obuvi.



Obrázek č. 12: Hunter (Original Green Wellington)

2.4.2 Novesta

Novesta začala svou výrobu v roce 1939 na Slovensku v Partizánském. V industriálním parku Tomáše Bati specializující se na přírodní kaučuk a bavlněné textilie. Postupem času se Novesta stala jednou z nejlepších a nejoblíbenějších značek tehdejší společnosti nejen v bývalém Československu. Jedinečné gumáky a jejich nápaditý a nadčasový design se staly oblíbenými po celém světě. [4]

V dnešní době novesta nabízí desítky holinek různých stylů a využití. Především se ale jedná o módní obuv.



Obrázek č.13: Kopyta na holinky Novesta



Obrázek č.14: Novesta holinky

1.4.3 Tretorn

Švédká firma Tretorn se od počátku věnuje výrobě obuvi, která chrání při špatných povětrnostních podmínkách.

Počátky výroby celogumové obuvi také souvisely s patentem značky Tretorn na speciální gumovou směs používanou při výrobě zejména ochranné obuvi, určené pro povolání vyžadující maximální bezpečnost. Následovaly lovecké modely, které zajišťovaly pohodlí při kolísajících teplotách a obuv turistická pro optimální stabilitu a tlumení nárazů. [5]

Dnešní celogumová obuv je inspirovaná dlouhou historií společnosti navazující na design a funkci. Značka je uznávaná především ve státech jako je Švédsko, Německo s Dánsko. V roce 2011 společnost Tretorn oslavila 120 let své existence.



Obrázek č.15: Tretorn kolekce pro rybáře

Obrázek č.16: Tretorn současná produkce

3 SOUČASNÁ FASHION PRODUKCE

Oděvy do deště se stávají čím dál více populární. V Severní Evropě určují oděvy do nepříznivého a zimního počasí trendy pro celou Evropu. Velká část firem zabývajících se touto problematikou má již několik desítek let stále své čestné místo na trhu a to často s produkty, které nezměnily žádným způsobem design ani technologie a stávají se více a více populární. Vznikají ovšem i nové značky a designeři, kteří se této problematice věnují, a to zejména v Severní Evropě, kde je tento problém aktuální. Pomalu to ale přechází i do ostatních evropských zemí. Jednou z velmi řešených problematik je jízda na kole v deštivých dnech, kdy designeři navrhují různé oděvy, pro příjemnější pohyb na kole ve městech. Díky novým technologiím a materiálům se naskýtá mnoho možností jak se s danou problematikou vypořádat.

3.1 Kolekce do nepříznivého počasí

Kolekce a produkty, které se věnují problematice nepříznivého počasí ve městech je několik. Můžeme do nich zařadit deštníky, pláštěnky, bundy, kabáty, pokrývky hlavy, holinky, batohy, obaly, pokrývky na kola či kočárky a mnoho dalších.

3.1.1 RAINS

Rains je Dánská značka vyrábějící nepromokavé oděvy, založena v roce 2012. Snaží se napodobovat tradiční pláštěnky a nepromokavé oděvy novým způsobem. Rains dnes nabízí celou řadu nepromokavého svrchního oblečení, tašek a příslušenství pro módní spotřebitele.

Značka je inspirovaná skandinávským počasím a historií designu oděvu v Dánsku. Značka Rains spolupracovala na několika projektech s jinými značkami a designéry. Jedním z designérů byl Raj Mistry absolvent Royal Collage of Art kdy při jejich spolupráci vznikla

kolekce pod názvem 01582. Se známým dánským designerem Arsger Juel Larsen vznikla vesmírná kolekce do deště.

Se sportovní dánskou značkou Le Fix spolupracovali na sportovní a neformální kolekci, kdy vytvořili několik bund, kalhot a klobouků. Grafické studio RESET STORE vytvořilo vizuální identitu příběhu o dešti, který aplikovala na bundy od značky Rains. Další spolupráce na projektech byla s řadou známých značek jako je New Yorská značka OPENING CEREMONY nebo světově známá značka VOLCOME.



Obrázek č.17: Rains, dámská parka



Obrázek č.18: Rains kolekce navržena návrhářem Asgerem Juelem Larsenem

3.1.2 STUTTERHEIM

Stutterheim Raincoats je módní švédská luxusní značka založena Alexandrem Stutterheimem ve Stockholmu v roce 2010. Od té doby značka tvoří krásné a funkční svrchní oděvy do deště nejvyšší kvality. Veškerý oděv je ručně vyráběn a můžeme ho charakterizovat jednoduchostí, funkčností a nadčasovým designem. Materiál využívající pro výrobu oděvů je kvalitně pogumovaná bavlna různých barev 100% vodotěsná.

Alexander Stutterheim se inspiroval díky u svého dědečka, který se věnoval rybolovu ve Švédsku a často vyrazil na rozbouřené moře za nejhoršího počasí, nejtěžšího deště a nejhlasitější bouře. Ve stodole našel starý rybářský plášť, který ho facinovat a snažil se nasadit mu nový moderní vzhled vyhovující dnešní době. Dnes své kabáty prodává ve 26 státech Světa.



Obrázek č.19: Kolekce značky Stutterheim



Obrázek č 20: Značka Stutterheim,
batoh

3.1.3 BOA Design

Za Boa Design stojí duo Petr Mikošek a Michaela Vrátníková, kteří jej založili v roce 2005. Soustředí se na design s nadčasovým vzhledem a precizním zpracováním. Dvojice se věnuje zejména produktovému, módnímu a interiérovému designu. Zároveň pod značkou BOA vznikají limitované kolekce módních a interiérových doplňků. Rovnováha mezi funkcí, tvarem, proporcí a preciznost v detailu jsou základní principy, které prostupují celou jejich prací. [6]

Studio Boa představilo v roce 2016 na Designbloku kolekci streetwearového pánského oblečení, která vznikla ve spolupráci s firmou Tilak a může se chlubit stoprocentní českou výrobou. Kolekce i její autoři si zakládají na minimalistickém designu a především prvotřídním zpracování za použití těch nejkvalitnějších materiálů pro outdoorové oblečení.

Kolekce se odlišuje především tím, že jde o propojení nejlepších outdoorových materiálů a technologií s městským designem. Většina klasických streetových značek funkční materiály nepoužívá a u outdooru se naopak funkce a sportovní zaměření stává vizuálním nosným prvkem. Využití maximálního komfortu funkčních materiálů a jednoduchý městský design odlišuje kolekci od ostatních značek na trhu. Dalším velkým rozdílem je kvalita materiálů a zpracování. Tilak je jedinou českou značkou, která získala licenci na zpracování materiálu GORE-TEX® a splnila přísná kritéria na dodržování technologií zpracování materiálu. [7]



Obrázek č. 21: Boa design, kolekce Poutník

3.1.4 Reykjavik Raincoats

Pláštěnky pod značkou Reykjavik Raincoats jsou navrženy a ručně šité v Islandském hlavním městě Reykjavik. Jednoduchá, stylová móda do deštivého počasí, která najde velké uplatnění na Islandu. Všechny pláště jsou ručně šité s použitím laminovaných materiálů a všechny švy jsou podlepené, tudíž jsou kabáty opravdu vodotěsné. Pláštěnky jsou navrženy do každodennosti islandského počasí a mají smysl pro detail. Studio se nachází v části Reykjavíku 101, kde se jedná se o městskou část naplněnou obchody, kavárnami, a kreativními dílnami, kde si obchodníci pomáhají podporovat kreativitu a spolupráci.



Obrázek č.22: Kolekce Reykjavik Raincoats

3.1.5 Maxjenny

Maxjenny je dánská módní návrhářka působící v Kodaňi. Navrhuje oděvy s použitím pestrých zářivých barev, tisky na látky si sama navrhuje a kreslí, poté aplikuje na různé kusy oděvů. Inspirace pochází z umění žít barvami. Svoje návrhy popisuje tak jak vidí svůj život v celé své kráse, překreslen do vzorů tisku a interpretován do střihů. Při výrobě spoléhá na tradici. Šaty jsou vyráběny v malých továrnách, kde byly šaty vyráběny po celá desetiletí.

Jedna z jejích kolekcí je nepromokavá kolekce do deště vyrobená z 100% polyester High Tech mikrovláknem. Tato kolekce je velmi pestrá tak jako veškerá její tvorba. Je určena pro použití po celý rok a ideální jak pro cyklistiku tak i pro stylové každodenní použití do města.



Obrázek č.23: Maxjenny

3.1.6 Dystopian Brutalist Outerwear od Martijn Van Strien

Designér a absolvent Design Academy Eindhoven vytvořil v roce 2013 módní kolekci z těžké černé plachty. Vznikla svrchní část oděvu z jednoho kusu plachty, která byla rovnými řezy nařezaná a spojena přelepenými švy. Tato série kabátů zkoumá možnosti kombinování velmi odolného a levného materiálu a to rychlým a účinným způsobem. Kolekce byla vytvořena na základě nejisté ekonomické situace a možného úpadku společenského života na této planetě, kolekce je navržena tak aby lidé přežili v případě, že budou potřebovat ochranou vnější vrstvu, která bude střežit tělo v drsných podmínkách.



Obrázek č.24: Kolekce Dystopian Brutalist Outerwear

3.1.7 Anne van Galen

Návrhář Anne van Galen vytvořil sérii ochranných pokrývek hlavy a doplňků pro fiktivní svět v průtrži mračen. Zkoumal myšlenku a navrhoval poetickou sérii oděvů, které jsou určeny pro lidské bytosti žijící v budoucnosti. Pro lidi kteří jsou nuceni být v neustálém kontaktu s deštěm. Věří, že pokud by takový svět existoval, nejen že by to změnilo definici oblečení, ale i postoje lidí.

Anne van Galen vytvořil absolventskou práci na Akademii designu v Eindhovenu s názvem Warriors of Downpour City, kde představoval scénář, ve kterém nikdy nepřestane pršet a zkonstruovala řadu oblečení, které bude vyhovovat tomuto klimatu. „ Byl jsem

fascinován chováním lidí v dešti,, řekl Van Gelen. „Jak se pohybují, jak reagují a jak fungují. Strávil jsem hodiny jen při pohledu na lidi v dešti. „

„ Časy se změnilly, a to už není tak těžké uvěřit, že scény z sci-fi se skutečně jeden den mohou stát. „



Obrázek č. 25: kolekce od návrháře Anne van Galen

3.1.8 Studio Marlies Schets

Marlies Schets je nadšený produktový designer, který tvoří funkční a inovativní design, především se věnuje materiálu a barvám. Inspirovaný je skandinávskou přírodou a kulturou. Jedním jeho průlomovým návrhem je reflexní doplněk ve formě batohu na záda, který je viditelný ve tmě díky reflexnímu materiálu. Tento doplněk je určený pro jízdu na kole nebo procházky se psem po západu slunce a zvyšuje viditelnost téměř desetkrát. Marlies Schets experimentoval s reflexní přízí a materiálem určeným k různým bezpečnostním řešením, které v noci ukazují svou hodnotu. Během dne si člověk nevšimne integrované reflexní příze, ale po zachycení umělého světla jasně svítí.

3.1.9 Beetle

Kolekce pod názvem Beetle představuje batoh a pláštěnku v jednom. Batoh pro dobrodruhy s chutí na nečekané. Beetle spojuje vodotěsný batoh dohromady s pláštěnkou, kterou lze z batohu jednoduchým tahem vytáhnout aniž bychom si museli batoh sundat. Jakmile je déšť u konce můžeme pláštěnku uzavřít zpět do batohu.

3.1.10 MUDDY PUDDLES

Značka pod vedením Natashy Ascott je pouze první tři roky na trhu a věnuje se dětským oděvům do nepříznivého počasí. Vytváří oděvy s myšlenkou že každé dítě je divoké a touží po hraní venku za jakéhokoliv počasí. Její produkce je velmi rozmanitá a veškeré produkty jsou vodotěsné a přizpůsobené deštivému počasí a hraní v blátě. Vytváří i oděv do města spolu s batohy. Do její kolekce můžeme zařadit i oděv na lyžování či termoprádlo. Vytváří hravé unisex kolekce, které si musí zamilovat každé dítě.

Vytvořili i různé projekty například poskytnutí vodotěsného oděvu pro děti uprchlíků. Spustili Muddy akademii kde pracují se školami a školkami a pomáhají učitelům učit venku.



Obrázek č. 26: značka pro děti Muddy Puddles

3.2.11 Batohy z banerů

Z hlediska materiálu ideální příležitost. Takzvaný reklamní banner je obvykle vyrobený z potisknutelné PVC fólie s pololesklým povrchem. Materiál je velmi odolný vůči otěru, zároveň je levný. Má dlouhou životnost. Existuje ve velkých formátech a dá se jednoduše spojovat horkovzdušným svařováním. A je možné je prošít na průmyslových strojích. [8]

Značka Demano a Vaho jsou dvě značky pocházející z Barcelony které se specializují na tašky vyráběné z banerů. Tyto značky začaly využívat staré reklamní banery z festivalů.

Dva mladí švýcarští designéři, bratři Markus a Daniel Freitagové, na to přišli už v roce 1993 a začali vyrábět tašky ze starých plachet nákladních aut. Původně hledali vhodnou tašku pro jízdu na kole. Taška musela být velmi odolná a nesměla v dešti provlhnout. V té době se taková taška ve Švýcarsku najít nedala, a tak se bratři rozhodli vyrobit si ji sami. Nakonec se nechali inspirovat barevnými nákladňáky na silnicích. A tak vznikla značka Freitag. [9]

FROM TRUCK TILL BAG



Obrázek č.27: Značka Freitag , batohy z plachet nákladních aut

3.2 FASHION A CYKLISTIKA

Do práce na kole jezdí čím dál více lidí. Městskou cyklistiku v současné době využívají i lidé na významných postech, proto je dnes městská cyklo móda velmi populární a vyhledává se takový oděv aby ve chvíli když člověk sleze z kola vypadal dobře. Odpověď na tuto poptávku už nabízí řada značek s cyklistickou městskou módou. A některé jsou přímo ztělesněním elegance. Například nizozemská ByBrown, za níž stojí módní návrhářka Melania Brown. Dokazuje že i pláštěnka na kolo může mít styl. Totéž se dá říct i o české značce Free Circle, která spolupracuje s návrhářkou Monikou Drápalovou. Heslem „bike-to-office fashion“ se řídí také méně luxusní streetwearová česká značka SegraSegra.

3.2.1 ByBrown

Holandské módní studio ByBrown vytvořilo proti větru a dešti nepromokavé oblečení pro život ve městě na kole. Raindress je elegantní kolekce pro ženy jako ochrana do nepříznivého počasí. „Spojením technologií a módy jsem se snažil vytvořit ideální kolekci do mokrého počasí. „ řekl ByBrown kreativní ředitel Melanie Brown. Kolekce je určena k nošení jako vnější vrstva přes každodenní oblečení. Tato kolekce je navržen nejen na chůzi po městě, ale i na kolo, kdy díky smyčce na spodní části můžeme kabát obepnout okolo nohou

a udržet tělo v suchu. Cílem této kolekce bylo změnit tvář městského oblečení do deště pro ženy. Kolekce byla poprvé představena na jaře roku 2015 na Amsterdam Fashion Weeku.



Obrázek č.28: Kolekce Raindress od studia ByBrown

3.2.2 kolekce Free Circle

Monika Drápalová navrhla cyklistickou kolekci pod názvem Free Circle pro českou firmu rose&mary fashion. Kolekce především představila skvělé propojení sportovních hi-tech materiálů s nostalgickým duchem evokujícím počátky cyklistiky. Vznikly tak multifunkční a variabilní oděvy, které se dají z praktického kousku zatáhnutím šňůrky přeměnit na elegantní model. Nejen typická autorčina hravost, ale i požadavky současného městského životního stylu se s trochou nadsázky projeví tam, kde pláštěnka přechází ve večerní šaty nebo kde se sako objeví pověšené na zádech za kšandy jako batůžek. Starosvětská romantika,

pařížský šmrnc, ale i reflexní pásky a šust'ákové bundy pro rychlojezdce, to všechno drápalová dokázala umně zkombinovat a ještě nabídnout variantu pro ženy i muže. Všichni tak v jejím pojetí mohou jet do práce na kole a být u toho hi-tech i chic.



Obrázek č.29: kolekce Free Circle

3.2.3 SegraSegra

Streetwearová česká značka řídicí se heslem „vike-to-oddice fashion”, kterou vedou sestry Eliška a Dagmar Mertovy nabízí pánské i dámské mikiny, bundy, saka a kalhoty. Většinou čené a neutrální. Jejich výrazové prostředky jsou jemné. Používají detaily z cyklistických duší, například gumové lemy nebo kapsy. Také reflexní pásky, které se, když člověk zrovna nejede, dají schovat pod límec nebo zarolovat do manžety nohavice. Stejně jako ostatní, i sestry Mertovy si na oblečení pro sportovní cyklistiku berou hlavně materiály. Používají například ventile, bavlněnou hustě tkanou látku vyvinutou už za druhé světové války pro letce RAF. A také softschell, z něž poprvé šijí tuto sezónu. Donedávna to byl nepřítel všechv

městských lidí, bral se za čistě sportovní materiál, ale stačlo se na něj podívat jinak a vznikla stylová městská mikina.



Obrázek č.30: Kolekce od značky SegraSegra

3.2.4 VanMoof

Holandský výrobce kol Valmoof vytvořil pláštěnku chránící cyklistu a jeho kolo před deštěm. Pod názvem VnMoof's Boncho značka navrhla a vytvořila speciální tvar pláštěnky, který pokrývá cyklistovi hlavu i celé ruce a snaží se udržet celého člověka v suchu. Zvláštní část chrání také nohy a chodidla. Tuto pláštěnku lze složit do malého váčku. Oděv je vyroben z lehkého a vodě odpudivého materiálu, který je ultra prodyšný při přehřátí během jízdy na

kole. Tým VanMoof stále hledá nové způsoby jak odstranit překážky, které brání lidem jezdit za špatného počasí na kole. Značka byla oceněna jako nejlepší spotřební zboží v roce 2010 Dutch Design Awards.



Obrázek č.31: Valmoof pláštěnka pro cyklisty

3.2.5 SENSCOMMON

Módní značka Senscommon z Amsterdamu vyvinula zkombinováním high-tech tkaniny a další pevné tkaniny vodotěsnou vrstvu navrženou pro výrobu oděvu speciálně pro cyklisty. Kombinací nylonu a polyesteru vznikla nepromokavá a prodyšná látka potažená vrstvou Hipora, což je třívrstvá membrána s voskovým povlakem přestříkaná na matnou barvu.

The Cyclist Raincoat je lehká unisex pláštěnka navržena, tak aby vyhovovala potřebám a pohybu na kole. Koncept pláštěnky je založen na pohodlí a udržení těla v suchu při jízdě na kole. Pláštěnka je výsledkem čtyřletého pozorování, výzkumu a experimentování s různými koncepcemi pláště a materiálů vhodných pro cyklistiku. [10]



Obrázek č.32: Značka Senscommon, kolekce pro cyklisty

3.3 OUTDOOR FASHION

Móda a outdoor jsou dva nesmiřitelné protiklady, alespoň tomu tak do nedávna bylo. Lidé mají rádi pobyt v přírodě. Outdoorové oblečení máme z kulturně historických důvodů v oblibě a produkuje ho několik prosperujících firem a to i v Česku.

Outdoorové firmy mají zálibu a velký úspěch v objevování nových technologií a přinášejí nové materiály a technickou kvalitu.

3.3.1 Tilak

Česká firma Tilak pochází ze Šumperku. Patří v Česku k nejprogressivnějším výrobcům outdoorového oblečení a také designu věnují víc pozornosti než většina konkurentů. Spolupracují se studiem Acronym z Mnichova a nyní také s českým studiem BOAdesign.

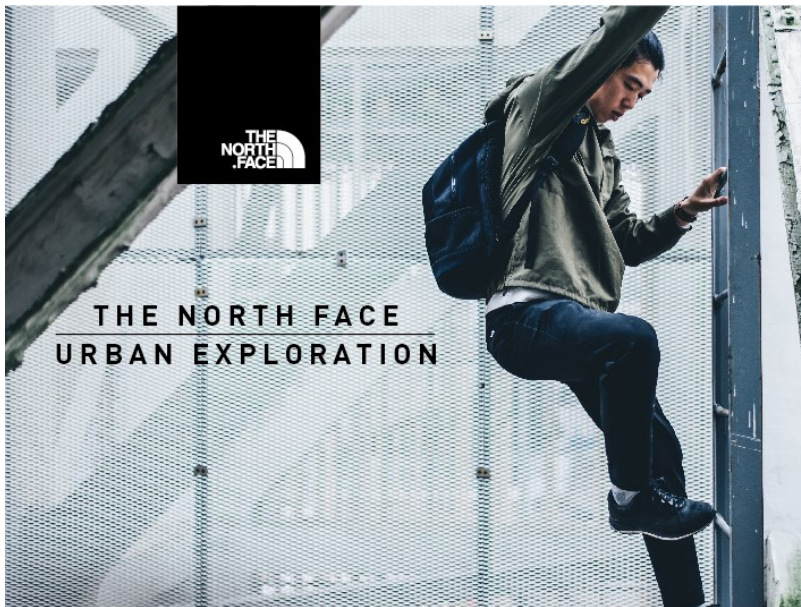
Tilak je jediná česká firma, která vyhověla přísným kritériím firmy Gore. Smí z materiálu GORE-TEX vyrábět a takto označené výrobky prodávat. Vyrábí outdoorové oblečení pro mnoho českých špičkových sportovců nebo například pro horskou službu.



Obrázek č.33: Tilak outdoorové oděvy

3.3.2 The North Face

Americká firma The North Face je nositelem outdoorového trendu. Na trhu je 50 let a věnuje se široké škále sportů a expedic. Jejich bundy a batohy si získaly velkou oblibu, nyní mají úspěch se speciální městskou řadou „urban exploration“. Spolupracují se značkami, kterým městská mládež věří, jako jsou Superme (bundy, batohy) nebo Publish Brand (městské pohorky), a nabízejí své zboží do města v oblíbeném řetězci Urban Outfitters. Stejně jako další, dříve ryze outdoorová značka Patagonia.



Obrázek č.34: The North Face kolekce Urban exploration

3.3.3 Cintamani

Je Islandská značka věnující se outdoorovému oblečení a v dnešní době se stala jednou z největších značek v tomto kraji. V průběhu let byly jejich cílem jasné ochránit islandské obyvatelstvo před drsnými zimami. Oděvy jsou navrženy s ohledem na funkce a inovativní technologií pro vynikající výkon. Jejich cíle je přiblížit sportovní oblečení blíže módě. Islandané používají stejný plášť pro vícenásobné funkce, tudíž se značka snaží aby byl oděv všestranný a odolal měnícím se povětrnostním podmínkám kvůli nepředvídatelnému počasí.



Obrázek č.35: Cintamani

3.3.4 Fjällräven

Åke Nordin, světová legenda outdoorových aktivit, jeden z nejvýznamnějších švédských inovátorů a podnikatelů se ve 24 letech rozhodl založit firmu Fjällräven v Örnköldsviku. Fjällräven brzy vybudoval silnou pozici na outdoorovém trhu a jeho výrobky jsou pro mnoho lidí symbolem a značkou outdoorového vybavení do každodenního života. Značka Fjällräven vyvíjí trvanlivé, nadčasové a funkční outdoorové vybavení. Od doby, kdy byl Fjällräven založen před více než 50 lety, vyvíjejí výrobky, které usnadňují lidem vychutnat si krajinu. V průběhu let získala tato značka i řadu významných ocenění. Produkty společnosti Fjällräven se v současné době prodávají v přibližně 20 zemích. V průběhu času se několik z nich stalo více či méně klasikou - bundy Grónska, kalhoty Vidda, batoh Kånken a bunda expedice dolů. Neustále pracují na vývoji materiálů, řešení a nových návrhů.



Obrázek č.35: Fjällräven

3.4 OBUV

Holínky zažívají v posledních letech obrovský comeback. Už nejsou jen pracovním oděvem vhodným na rybaření, na pole nebo do jakýchkoliv mokrých pracovních podmínek. V dnešní době jsou holínky především praktická a trendová záležitost do deštivého počasí a to jak na hudební festivaly tak do ruchu velkoměsta a to pro všechny věkové kategorie. Značky holínek s dlouholetou tradicí stále prodávají své produkty a jejich prodej stále stoupá. Narozdíl od značek s dlouholetou tradicí, které zachovávají stejné materiály a procesy výroby vzniká i řada inovativních holínek od různých designrů a značek.

3.4.1 Ruco Line

Italská značka Ruco Line, vyrábějící boty už od roku 1987, se specializuje na vysoce kvalitní designovou obuv v několika kolekcích pro muže i ženy. Tím opravdovým designovým výstřelkem je však jejich nová kolekce bot Pure, kterou navrhl světoznámý a mnohokrát oceněný architekt Jean Nouvel.

Jeho tenisky jsou výsledkem hledání konečné podstaty věci, kterou Nouvel běžně aplikuje při navrhování staveb. Tenisky Pure mají samozřejmě tradiční tvary bot značky Ruco Line a hlavně novou velmi silnou identitu opírající se o dva hlavní pilíře. Základním konceptem je monolitický design založený na kreativní filozofii Jeana Nouvela. Design si hraje s protiklady jako lehkost a těžkopádnost, univerzální a zvláštní i se svou velikostí. [11]



Obrázek č.36: Italská značka Ruco Line

3.4.2 Estel Alcaraz

Estel Alcaraz navrhla skládací gumové holínky zvané Sardinky, které lze složit na pětinu své původní velikosti. Skládací holínky navrhla z důvodu nepraktičnosti klasických holinek určených do deštivého počasí a umožňuje této obuvi aby byla jednoduše přenosná. „, Jednoho večera kdy jsem šla domů, moje oblečení bylo promočené, dokonce i ponožky. Když jsem přijela domů, viděla jsem zmáčknutou láhev s vodou, bylo zajímavé sledovat, jak se jeho objem snížil na jednu pětinu. V tu chvíli jsme přemýšlela proč by se moje boty do deště nemohly zmenšit o velikost stejně jako láhev s vodou. „ Tyto boty jsou vyrobeny ze vstříkovaného termoplastického polyuretanu (TPU) - vysoce elastického a recyklovatelného plastu. Tento materiál umožňuje holinkám být jedním z nejefektivnějších typů holinek pro přepravu a zároveň pomáhá snižovat odpad a podporovat naše životní prostředí. Název sardinky pochází ze sloganu „mačkat se jako sardinky v plechovce,“. V tuto chvíli jsou holínky Sardinky ve formě konceptu a projektu, který nenašel možnost uvedení na trh.



Obrázek č.37: Skládací holínky Sardines od Estel Alcaraz

3.5 ISLAND, POČASÍ A FASHION

Jeden z častých výroků na Islandu je „Nelíbí se ti počasí? Jen si počkej 5 minut a vše bude zase jinak.“ I přes to, že se islandské počasí stále mění, Islandčané jsou většinou styloví každý den a snaží se udržet krok s počasím. Mezi nejznámější Islandské značky řešící tuto problematiku patří firma 66° North nebo značka Cintamani. Islandský oděv je velmi typický a po několik desítek let drží stále stejný styl, který se jen modernizuje, ale nádech islandskou kulturou zůstává stejný. K nejoblíbenějšímu oděvu na Islandu patří ručně pletený islandský svetr z ovčí vlny, který je neodmyslyitelnou součástí každého šatníku. Mezi módní značky, které jsou inspirované islandskou kulturou patří například Farmers Market nebo značka Gey-sir.

Další slavný výrok na Islandu je „Na islandu neexistuje špatné počasí, jen špatně oblečený člověk“. Pláštěnky jsou v této zemi stále populární a díky moderním střihům i elegantní oděv. Nepromokavý oděv je nutností pro pocit pohodlí a nečekaných povětrnostních změn. Na Islandu existuje ale poměrně málo značek zabývajících se touto problematikou. Jednou ze značek je Reykjavik raincoats.

Na islandské scéně se rodí stále noví talentovaní umělci, designeři a návrháři.

Současný islandský design může být definován jako evropská avantgarda: nekonvenční, vzpurný a zahrnuje nový způsob myšlení. Módní návrháři mají obrovskou tvůrčí svobodu, ve většině případů nejsou omezeni na tradice a myšlenky klasického oblečení, i když často se k těmto tradicím vrací. Každoroční Fashion Festival v Reykjavíku upozorňuje na nejnovější díla islandských módních návrhářů.

Mezi nejznámější značky a návrháře patří Farmer's Market, Ziska, Magnea, Ella, Rey, Mundi nebo JÖR.

3.5.1 MUNDI

V dnešní době nejnámější Islandský návrhář a mladý umělec. Vystudoval grafický design a poté začal navrhovat oblečení. Koncepte jeho návrhů vykonávají nejen módní design, ale i něco víc. Jedinečným způsobem mísí umění a módu a má schopnost vytvořit nositelné oblečení, které překračuje hranice pohoršení a údivu.



Obrázek č.38: Islandská značka Mundi

3.5.2 Sruli Rech

Jedním z významných návrhářů je i Sruli Rech, který se ve své tvorbě inspiroje především drsnou islandskou přírodou. Jeho pánské kolekce jsou vždy vysoce konceptuální, a tak v jedné použil například peří a křídla jednadvaceti ptáků nebo v kolekci Cast by Shadows vyrobil brýle pro slepce z pravého carrarského mramoru.



Obrázek č.39: Kolekce Islandského návrháře Sruli Rech

3.5.3 MAGNEA

Magnea je kreativní módní studio se sídlem v Reykjavíku na Islandu, založila ho v roce 2012 Magnea Einarsdóttir. Magnea je známá pro inovativní způsoby pletení a mixováním kontrastních materiálů. Inspirovaná je využitím tradičních metod, které aplikuje neviditelným způsobem.



Obrázek č.40: Fashion studio Magnea

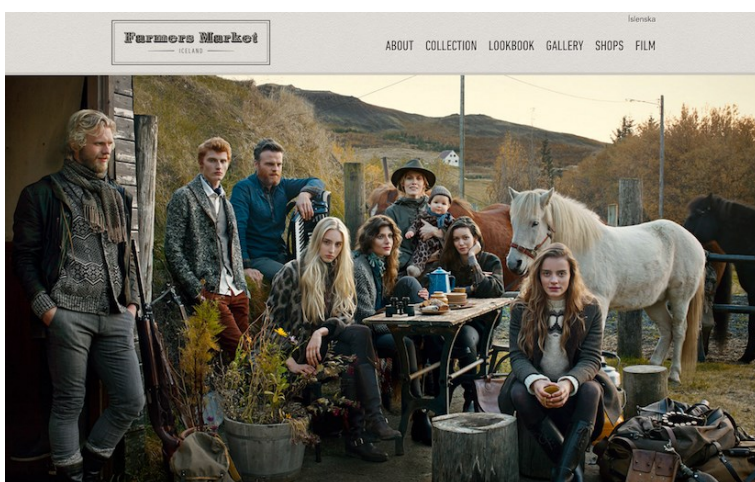
3.5.4 Geysir

Geysir navrhuje oblečení v Reykjavickém ateliéru, inspirován je severským městským životem a historií pletení. Geysir vytváří jedinečné kusy oděvů mezi tradicí a moderností. Cílem firmy Geysir je navrhnout každodenní oblečení s charakterem. Oděvy jsou vyráběny z místních zdrojů textilu a příze smíchány s kvalitními materiály z celého světa.

Obrázek č.37: Islandská značka Geysir

3.5.5 Farmers Market

Je islandská designová značka oblečení, která čerpá inspiraci z islandských kořenů, kombinuje klasické severské prvky s moderním elegantním stylem. Přírodní látky, řemeslo a šetrnost k životnímu prostředí jsou klíčové hodnoty značky. Autenticky stylizované, ale sofistikované a nositelné oblečení je vhodné pro širokou škálu příležitostí, venkovních aktivit a to jak v životě ve městě či na venkově. Látky zahrnují merino vlny z Austrálie, recyklované příze z Itálie, voskované bavlněné tkaniny z britského Millerrain, indické surové hedvání a především jedinečné islandské vlny z místní příze.



Obrázek č.37:Islandská značka Farmers Market

4 TEXTILNÍ MATERIÁLY

Pokud bychom chtěli hmotu klasifikovat pouze z hlediska její molekulární stavby, pak by textil neměl vlastní kategorii. Mluvíme o něm spíše jako materiálu než o hmotě, ale ve skutečnosti je to kompozit, možná jeden z prvních, vyrobený z rostlinných, živočišných a minerálních součástí nebo syntetických polymerů. Oblast textilních materiálů je přímo učebnicovou ukázkou toho, jak obtížné je hmotu vědecky a technicky popsat a rozdělit do skupin. Textil není zdánlivě ani starý ani nový, je trvalý a všudypřítomný. [12]

4.1 TEXTIL - MATERIÁL KTERÝ NÁS HALÍ

Je to materiál vztahovosti a civilizace. Málokdy se stýkáme s jinými lidmi nazí, vždy jsme nějak oděni, a tím se určitým způsobem identifikujeme; oděvem vyjadřujeme své postavení, svou společenskou roli, někdy dokonce více, než jsme si ochotni připustit. [13]

Textilie vždy byly v centru ekonomického, společenského, estetického a technického vývoje a dokonce i technického pokroku! Z ekonomického hlediska byly významné třeba v době fungování Hedvábné stezky a stále jsou v současné Číně. Společensky se projevovaly například v provázanosti otroctví s výrobou bavlny nebo v období první vzpoury proti strojům na počátku průmyslové revoluce. Estetickou stránku představuje střídání módních trendů například našimi společnostmi, zejména když uvážíte, jak často je naše vnímání dobrého a špatného vkusu, tvarů, barev a norem zprostředkováno právě textilem. A jak moc, kterou vždy měli nad materiálem muži se téměř rozplyne, když jde o textil. Ačkoliv si muži stále drží kontrolu nad textilním průmyslem, přítomnost žen v oblasti textilu zůstane vždy významná a rozhodující. [14]

Tento zdánlivě křehký a málo odolný materiál tedy plní dvě základní úlohy: je způsobem vyjádření identity a zároveň funkčním materiálem. Jeho hlavním účelem je chránit - a v této oblasti se dá očekávat radikální pokrok. Konkrétně rozšíření textilních materiálů, kterým souhrnně říkáme „technické nebo funkční textilie“, které jsou prodyšné, ale zároveň voděodolné, dezodorující, parfémované, samozhášecí, akumulací, terapeutické, informační a podobně. Tato škála schopností je dokladem toho, že textilie prošly obrovským vývojem a reagovaly na naše přání, aby byly více než pouhým prostředkem k zahalení těla. [15]

4.2 TEXTILNÍ VLÁKNA

Pojem textil se tedy vztahuje spíše na výrobní postupy než na výsledný materiál. Ve skutečnosti je možno vyrobit textil z mnoha materiálů (i plastu a kovů). Hlavní surovinou pro textilní průmysl jsou vlákna, přeměněná na příz. Výsledné produkty, látky či tkaniny, mohou být tkané, pletené nebo jinak spojované a mohou mít různé složení (bavlna, hedvábí, sklo,

nylon aj.) a různé vlastnosti (pružnost, pevnost, izolační schopnost apod.) Dnes se při výrobě textilu používají dva hlavní druhy vláken.

4.2.1 Přírodní vlákna

Přírodní vlákna představují necelou polovinu všech použitých vláken. Dělí se do tří skupin: rostlinná vlákna (vlákna na bázi celulózy, např. bavlna, len, konopí a kapok), živočišná vlákna (např. vlna a hedvábí) a minerální vlákna (např. sklo a čedič).

4.2.2 Chemická vlákna

Chemická vlákna tvoří většinu všech používaných vláken a získávají se zvlákněním (nebo vytlačováním) vláknitých materiálů. Uměle vyrobená vlákna se dělí do dvou skupin: na vlákna z přírodních polymerů, obsahující modifikované rostlinné, živočišné nebo minerální složky (například celulózu přeměněnou na vizkózu), a syntetická vlákna (nylon, polyester a další.)

4.3 TEXTIL A INOVACE

Zdá se že textilní inovace jsou pro nás mnohem zajímavější než inovace v jiných oborech. Je to proto, že k těmto materiálům máme blízko, že se s nimi setkáváme každý den a že se dotýkají našeho těla ?

Kolem novinek v oblasti textilií byl vždy velký rozruch, zejména v médiích. Textilie se nepoužívají jen v módním průmyslu. Dnes je najdeme všude kolem nás, počínaje pohovkami a konče auty, používají se při průmyslové filtraci i v architektuře.

4.3.1 Mikrovlákna

Mikrovlákna poskytují maximální prožitek z pohodlí a dotyku, jsou extrémně lehká a rychle schnou. Nedávno byla vyvinuta nová metoda výroby polymerů, tzn. elektrozvláknění, jímž se dají vyrobit mimořádně jemné mikrovláknové folie.

4.3.2 Elastany

Bez této skupiny elastických vláken se už dnes asi neobejdeme, protože díky ní jsou naše oděvy příjemné a pohodlné.

4.3.3 Nová vlákna

V textilní výrobě se dnes používají vlákna z bambusu, ananasu, polymerů na bázi kukuřice, mléčného kaseinu, dřeva a stromové kůry i extraktů z krabů, řas, sóji a kopřiv.

4.3.4 Pavoučí hedvábí

Neuvěřitelně pevné proteinové vlákno z výměšků pavouků, jejichž žlázové geny se transplantují do mléčných žláz koz; nadojené mléko pak obsahuje patřičné proteiny. Současně s tímto výzkumem probíhá i zkoumání genetické optimalizace housenek bource morušového.

4.3.5 Textilie s proměnlivými efekty

Nové výrobní postupy vedly ke vzniku textilií, které se třpytí a mění barvy jako motýlí křídla. Dokonce se hovoří i o textiliích, které díky proměnlivým pigmentům dokážou analyzovat okolní situaci a příslušně se podle toho maskovat nebo dokonce úplně ztratit.

4.3.6 Světelné (luminózní) textilie

Látky se světelnými efekty vznikají zabudováním optických prvků nebo svítivých diod tak, aby nebyla narušena jejich pružnost.

4.3.7 Prodyšné voděodolné membrány

Poskytují optimální ochranu proti vlhkosti, a proto se hodí především pro sportovní oděvy a obuv. Patří k nim mikroporézní membrány typu Gore-Tex a různé neporézní hydrofilní textilie.

4.3.8 Inovační povrchové úpravy

Nové možnosti řešení problémů s čištěním, nanášením tenkých povrchových vrstev a změnou povrchu textilií bez změny jejich vzhledu a kvality.



Obrázek č.38: Inovační povrchové úpravy

4.3.9 Ekologie

I v této oblasti je nejdůležitější zajištění trvale udržitelného rozvoje. Patří sem pěstování organických vláken jako je bavlna, používání rostlinných barev bez toxických chemikálií a výroba syntetických vláken z jiných surovin než ropy. Nicméně pro zachování trvale udržitelného rozvoje není důležitá jen „ekologičnost“ výrobku, je třeba také věnovat pozornost celému textilnímu výrobnímu řetězci, který hraje v naší ekonomice velmi významnou roli a má sociologické dopady na světovou populaci. [16]

4.4 VODĚODDOLNÉ MATERIÁLY

4.4.1 Hydrofobní, mikroporézní membrána

Je to membrána z expandovaného PTFE (teflonu) s obrovským množstvím pórů, které prochází membránou. Tyto póry umožňují molekulám vody v podobě vodní páry procházet skrz membránu a tím zajišťují její prodyšnost. Nepromokavost membrány je dána obrov-

ským povrchovým napětím materiálu membrány, které nedovolí vniknout do pórů ani nejmenším kapičkám vody. Membrána je skutečně nepromokavá, lehká, odolná a extrémně prodyšná, ale má pro praktické použití jednu obrovskou nevýhodu – praním a znečišťováním membrány v běžném provozu klesá její povrchové napětí a tím voděodpudivost. Největším viníkem jsou mastnoty a oleje, a to i ty běžně produkované lidským tělem, které nepromokavost membrány v krátkém čase téměř úplně zničí. PTFE membrána od firmy Gore v podstatě určila standard pro nepromokavost a prodyšnost funkčních membránových textilií. Hydrofobní, mikroporézní membrána. [17]

Tuto technologii nyní využívá i materiál eVent, s tím, že chemicky zajistil její odolnost proti znečištění. Membránu pak stačí nalaminovat na vhodnou látku a máte 2-vrstvý, velmi lehký a dostatečně funkční a trvanlivý textilní materiál.

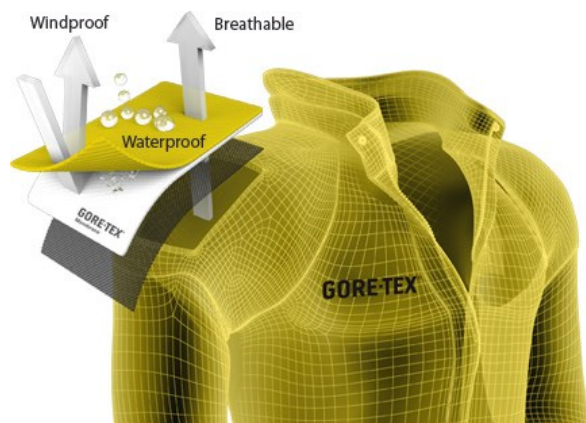
4.4.2 Hydrofilní, neporézní membrána

Jedná se o souvislou, vodu absorbující membránu bez průchozích pórů. Kde se tedy vezme prodyšnost? Voda se skrz membránu transportuje následujícím mechanismem – molekuly vody se adsorbují na vnitřním povrchu membrány, na principu difúze v pevných látkách a rozdíl v koncentraci uvnitř a vně membrány jsou transportovány na vnější povrch membrány, kde se odpaří. Excelentní nepromokavost je stejně jako třeba u igelitu zajištěna tím, že souvislá membrána fyzicky brání průchodu kapalné vody. Sem patří téměř všechny PU (polyuretanové) membrány a tedy valná většina známých membrán, takže i dnešní Gore-Tex, který využívá teflonovou membránu s PU vrstvou. PU vrstva zde chrání tu teflonovou proti znečištění a poškození. Nevýhodou souvislé, neporézní PU membrány je fakt, že rychlost difúze je nepřímo úměrná tloušťce membrány. Abyste tedy zajistili dostatečně rychlý transport vlhkosti ven, musí být membrána velmi tenká, a velmi tenká membrána se i velmi snadno poškodí. Proto na ní musí být z obou stran nalaminovaná nějaká ochranná textilie – a máme tu vysvětlení pro 3-vrstvý laminát a pro vyšší hmotnost těchto textilií. [18]

4.4.3 GORE-TEX

Materiál Gore-Tex je složený z úzké pórovité membrány z expandovaného polytetrafluoretylenu (teflon), která je nalaminována mezi jiné textilie, nejčastěji nylon nebo polyester. GORE-TEX je materiál, který vyniká trvalou nepromokavostí, větruvzdorností, robustností, a přesto je optimálně paropropustný. Výrobky se značkou GORE-TEX nabízí optimální

funkční vlastnosti, spolehlivost a komfort. Jsou vhodné pro náročné outdoorové aktivity za jakéhokoliv počasí. Mimořádně lehká a tenká teflonová membrána je nepromokavá a zároveň paropropustná, přitom však větruvzdorná. Samotný materiál je vodoodpudivý, jednotlivé póry membrány jsou 20000x menší než kapka vody a současně 700x větší než molekuly vodní páry (pot). Větruvzdornost je dána labyrintovou strukturou membrány, která představuje pro vítr nepřekonatelnou překážku. [19]

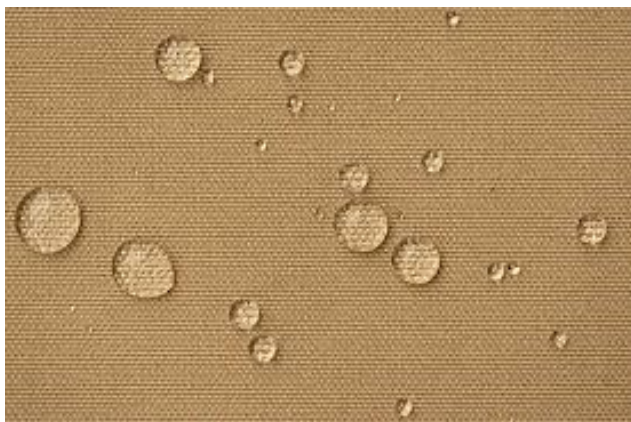


Obrázek č.39: Gore - Tex

4.4.4 Ventile®

První předchůdce dnešních nepromokavých textilií. Jeho tajemství spočívá v použití velmi dlouhých vláken bavlny (jen 2 % ze světové produkce bavlny splňují nároky na použití pro Ventile®) pro přízi, které jsou utkány do velmi těsné vazby. Ventile® má o 30 % hustší vazbu než běžná tkanina. Pokud je vystavena působení vody, vlákna ji absorbují a zvětší svůj objem. Tím zcela uzavřou mezery v osnově i vpichy po jehle a zabrání tak dalšímu pronikání vody. Ventile® se vyznačuje vysokou voděodolností, není však 100% nepromokavý podle současných norem a není náhradou moderních membránových materiálů s podlepenými švy. Jako každý přírodní materiál není stálobarevný a používáním i praním bledne a získává tu správnou patinu. Ventile® nešustí a díky vysoké míře nepromokavosti a odolnosti proti ohni je vyhledávanou a léty prověřenou alternativou k syntetickým materiálům.

Své věrné zastánce má mezi vyznavači hnutí Bush Craft, milovníky přírody či fotografy.
[20]



Obrázek č.40: textilie Ventile®

4.4.5 HyVENT®

Je nepromokavý a prodyšný materiál vyvinutý a testovaný společností The North Face® a využívající tři vrstev polyuretanového zátěru. Tato technologie zaručuje vysokou prodyšnost minimálně 600g vodní páry na m² za 24 hod. Vysoká odolnost a nepromokavost se zkoušela v laboratořích The North Face Quality Assurance (Mullens Test) a I po 20 pracích cyklech vykazoval materiál odolnost až 41 000 mm vodního sloupce na m². HyVent® dělíme na dvou- a třívrstvé, kdy třívrstvá laminace nevyužívá volně vložené podšívky, ale vypadá jako jeden celek.

4.4.6 Tyvek

Je obchodní značka polyethylenové netkané textilie vyráběné firmou DuPont. Tyvek je lehká, vodotěsná, paropropustná a hlavně levná folie z polyethylenu s vysokou odolností. Jedná se o netkanou textili s dobrou odolností proti protržení. Všestranný materiál, který je pevný a přesto mimořádně lehký a poddajný. Je prodyšný pro vzduch i vodní páru, ale přesto odpozuje kapaliny a aerosoly na vodní bázi. Funguje jako bariéra proti jemným částicím a vláknům. Tento materiál je mimořádně málo třepivý a vyznačuje se též antistatickou úpravou. Ve struktuře textilie jsou zabudované ochranné vlastnosti, nejsou na ní potřeba žádné povlaky ani laminované vrstvy, které by se mohly odřít a v průběhu času opotřebovat. Tyto

textilie jsou určeny především pro ochranné oděvy v náročných podmínkách. Vzniklo ale i mnoho fashion projektů s tímto materiálem.



Obrázek č.41: Tyvek

4.4.7 S.Café®

Udržitelná technologie S.Café® byla vyvinuta během čtyř let výzkumu a tvrdé práce. Vlákno, které respektuje životní prostředí a je vyráběno z kávové sedliny. Káva je jedena z nejvíce spotřebovaného nápoje na světě, tuto společnost zajímala otázka co dál? Thawanská společnost vyvinula vlákno, které pohlcuje pachy, odráží UV záření a vysušuje

se dvakrát rychleji než bavlna. Prodyšná textilie s vodním sloupcem 10 000mm. Je přizpůsobena i celoplošným potiskům. Textil je na konci životnosti 100% recyklovatelný. Oblasti použití jsou různé: sportovní vybavení, oblečení, obuv, protézy.



Obrázek č.42: textilie S.Café®

4.4.8 Cordura

Materiál extrémně odolný proti oděru, vyniká vysokou pevností a nízkou hmotností. Cordura tkaniny jsou obvykle vyrobeny z nylonu, ale mohou být smíchány s bavlnou nebo jinými přírodními vlákny. Tkanina CORDURA je tkanina, kterou mnohé z nejuznávanějších značek, maloobchodníků a vojáků na celém světě používají, když potřebují vyrobit produkt, který je odolný všestranný a spolehlivý. Díky konstrukci s vysokou houževnatostí vláknových technologií, jsou textilie mimořádně odolné. Jsou v široké škále gramáží od ultralehkých až po těžké. Tkanina je vyráběna v mnoha různých konstrukcích a strukturách. Celkově jsou to látky které vytvářejí silné, dlouhotrvající výrobky. Vyrábí se z nich outdoorové vybavení, pracovní oděvy, zavazadla, čalounění a jsou zastoupeny v mnoha dalších kategoriích.

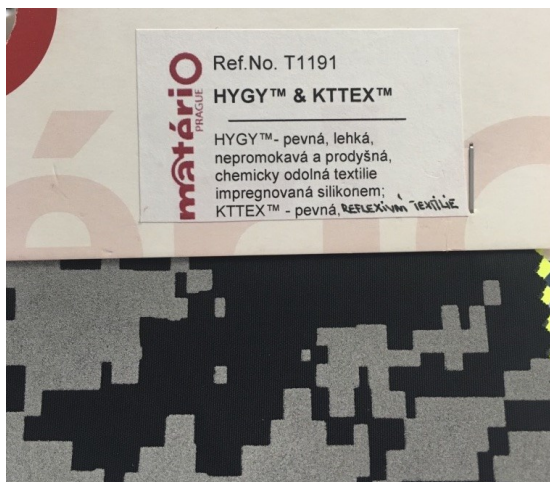
4.4.9 Orchestr max

Samočistící a vodotěsná textilie. Polyakrylová textilie je na jedné straně potažena akrylovou pryskyřicí odolnou vůči UV záření a vlhkosti, je vodotěsná a samočistící. Toto ošetření je inspirováno strukturou lotosového listu, zabraňuje vytváření povrchových skvrn, odolává

špíně a oleji. Často se používá v hotelech, restauracích ale i v oděvním průmyslu. Tuto textili vyrábí francouzská značka Dickson Constant.

4.4.10 HYGY & KTTEX

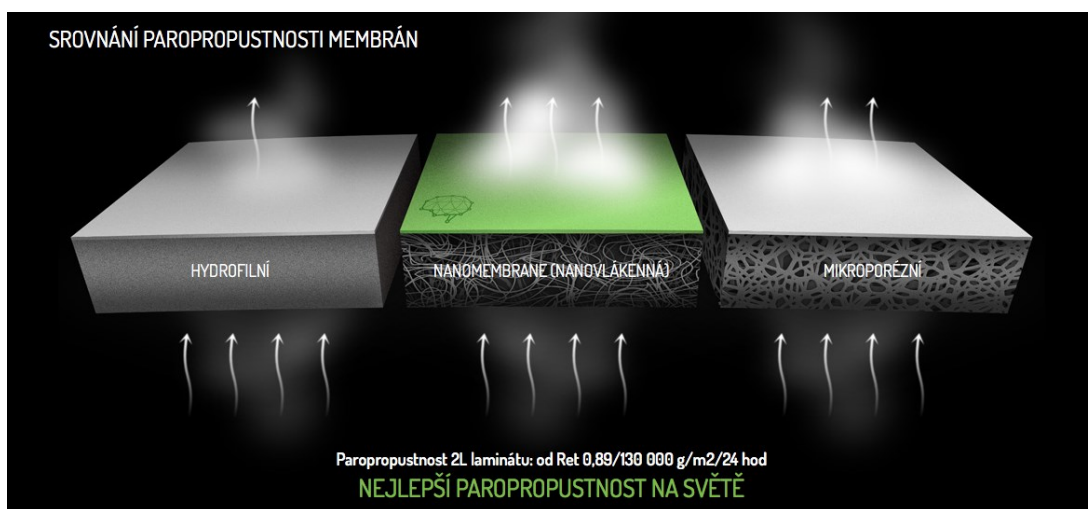
HYGY je pevná, lehká, nepromokavá a prodyšná, chemicky odolná textilie imregnovaná patentovaným Nano silikonem. Kromě toho, že jsou lehké, měkké na dotek a pohodlné, jsou vysoce kvalitní. KTTEX je pevná, reflexní textilie pro sportovní oblečení, pracovní oděvy atd. Velmi vysoká pevnost, nízké tření a vysoká abrazivní odolnost, odolnost proti vodě a prodyšnost, chemická odolnost vůči slané vodě, silné kyselině. Udržuje všechny funkce v extrémních teplotách a extrémních podmínkách



Obrázek č.43: textilie HYGY & KTTEX

5 NANOMEMBRANE

Nanomembrane je nová technologie nanovláknenných membrán, která má skvělé vlastnosti. Mezi ně patří extrémní paropropustnost, vysoká hydrostatická odolnost, 100% větruodolnost, dlouhá životnost a ekologická výroba. V Roce 2015 se poprvé na trhu objevil textil z nové unikátní nanovláknenné membrány, kterou vyvinuli vědci z Technické univerzity v Liberci ve spolupráci se svitavskou společností Svitap. Česká membrána ve vlastnostech převyšuje i nejlepší tkaniny od lídrů na trhu, americké značky Gore-Tex. Její výroba je navíc levnější. V současné době z textilie Nanomembrane vyrábí své outdoorové oblečení značky jako jsou Tilak, Direct Alpine ale i zahraniční značky jako jsou Nike a Patagonia. O textilní membránu, po níž steče voda a zůstává prakticky suchá a odolává nečistotám, se však zajímají i výrobci pánských obleků nebo zástupci armád několika států.



Obrázek č.44: NANOMEMBRANE , srovnání paropropustnosti membrán

5.1 CO JE TECHNOLOGIE NANOMEMBRANE

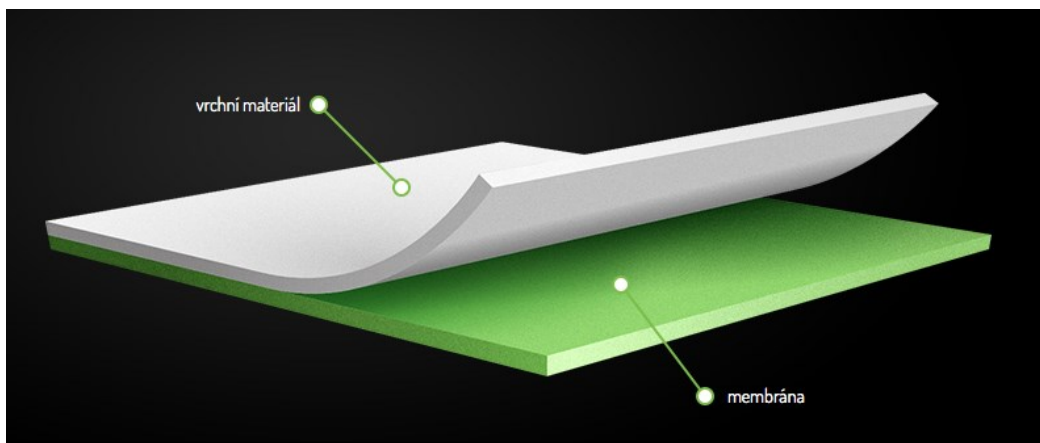
Díky unikátní nanovláknenné struktuře s průměrem vláken do 150 nm má nanovláknenná membrána NANOMEMBRANE na 1 cm² o 25 % více pórů než mikroporézní membrány a díky tomu je schopna docílit unikátních vlastností, kterým nemohou konkurovat žádné jiné membrány na světě. Není tajemstvím, že nanovláknenná membrána NANOMEMBRANE je velmi podobná lidské pokožce a díky tomu se může pochlubit extrémně vysokou paropropustností, neboli schopností odvádět tělesnou vlhkost od pokožky člověka do vnějšího prostředí. Paropropustnost dvouvrstvého laminátu s nanovláknennou membránou je od Ret 0,89. Navíc je nanovláknenná membrána NANOMEMBRANE 100% větruodolná s extrémní hydrostatickou odolností. [21]



Obrázek č.45: NANOMEMBRANE

5.1.1 Dvouvrstvé lamináty

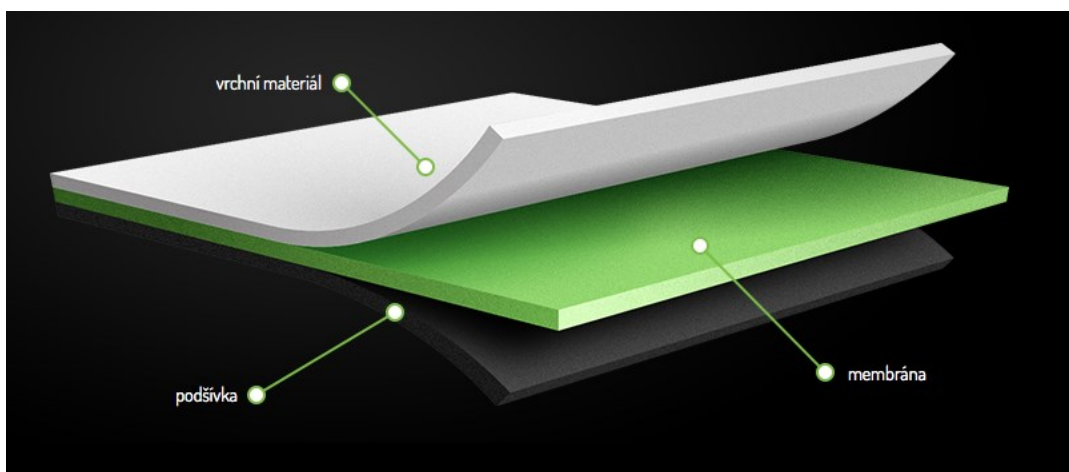
Dvouvrstvé lamináty s nanovláknennou membránou NANOMEMBRANE zajišťují bezkonkurenční odvod potu od pokožky člověka do okolního prostředí. Paropropustnost těchto laminátů začíná na Ret 0,9, což potvrdila i nezávislá zkušební laboratoř Hohenstein Institute! Přitom si materiály zachovávají dostatečně vysoký vodní sloupec a 100% větruodolnost. Tyto lamináty jsou určeny primárně pro zimní oblečení se zateplenou vrstvou či volnou podšívkou, např. pro sportovní saka či kabáty. [22]



Obrázek č.46: NANOMEMBRANE, dvouvrstvý laminát

5.1.2 Třívrstvé lamináty

Třívrstvé lamináty s nanovláknennou membránou NANOMEMBRANE jsou určeny do nejnáročnějších podmínek naší planety. Tento typ laminátu nabízí dokonalou paropropustnost, voděodolnost a 100% větruodolnost, ale i špičkovou ochranu nanovláknenné membrány NANOMEMBRANE. Tento typ laminátu si oblíbí především ti, kteří nechtějí dělat žádné kompromisy v jakékoliv oblasti. Tento laminát je primárně určen pro horolezce, skialpinisty, ale i vojáky a další. [23]



Obrázek č.47: NANOMEMBRANE, třívrstvý laminát

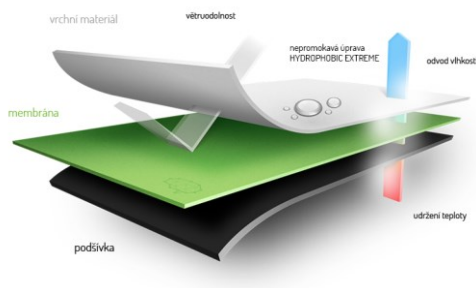
5.1.3 Čtyřvrstvé lamináty

Tato řada může sloužit dle vybraného materiálu jako celoroční či čistě zimní obuv jak pro sport, tak i outdoor. I tato řada se může pochlubit excelentní paropropustností, ale především také vysokou hydrostatickou odolností. Vaše pokožka tak bude v suchu za jakýchkoliv podmínek. [24]

5.1.4 Hydrophobic Extreme

Jedná se o vysoce hydrofobní a oleofobní úpravu syntetických a přírodních (bavlna, vlna, hedvábí) textilií. Principem úpravy Hydrophobic Extreme je, že se každé jednotlivé vlákno obalí tenkou vrstvou nanočástic. Výsledkem je extrémně vysoká úroveň hydrofobní a oleofobní úpravy, která nedá vodě, vínu, kávě nebo mastnotám žádnou šanci, aby ulpěly na povrchu textilie. Tím je docíleno tzv. samočisticího efektu, který mají např. listy lotosu. Na rozdíl od ostatních výrobců tato technologie při úpravě textilií nepoužívá VODU! Nejen, že nedochází ke kontaminaci vody, ale naopak dochází k úspoře energie, jelikož není nutné upravenou textilií sušit, protože veškeré úpravy probíhají za sucha.

Na rozdíl od běžných hydrofobních, či oleofobních úprav nedochází k ucpávání mezivláknenných pórů, a tím ke zhoršení odvodu vlhkosti od pokožky těla skrz textilií. Navíc je možné upravené povrchy prát či čistit běžnými čisticími prostředky a je vědecky prokázáno, že životnost úpravy Hydrophobic Extreme oproti materiálům ostatních výrobců je minimálně 4krát delší, tím šetří zákazníkovi čas a peníze. Navíc možné je upravovat jak textilie z přírodních vláken, jako je např. bavlna, ale též i ze syntetických materiálů. [25]



Obrázek č.48: NANOMEMBRANE, Hydrophobic Extreme

5.2 KVALITA, TESTOVÁNÍ A VÝVOJ

Společnost NANOMEMBRANE vyrábí veškeré své produkty na území České republiky proto, aby mohlo být docíleno prvotřídní kvality, která je pro společnost NANOMEMBRANE nesmírně důležitá. Veškerý svůj výzkum a testování nových, ale i stávajících produktů provádí společnost NANOMEMBRANE ve spolupráci s Technickou univerzitou v Liberci, Fakultou textilní. Každý produkt, který opouští výrobní linku je testován nezávislou laboratoří a produkt tak získá certifikát potvrzující nejvyšší jakost.

A v neposlední řadě je každý produkt testován nejen v laboratoři, ale i testovacím týmem, který se skládá z řad špičkových sportovců, ale i outdoorových nadšenců, kteří otestují každý nově vyvíjený produkt v reálných podmínkách.

Cílem společnosti Nanomembrane je neustále své výrobky zdokonalovat a vyvíjet stále nové lepší a unikátní vlastnosti produktových řad tak, aby splňovaly veškeré požadavky i toho nejnáročnějšího zákazníka k jeho naprosté spokojenosti.

Společnost NANOMEMBRANE jako výrobce Hi-tech technologie s vysokou přidanou hodnotou si je velmi dobře vědoma také toho, že každý zákazník má své požadavky, které v některých případech mohou být i dosti specifické. Proto je společnost NANOMEMBRANE připravena pomoci vyvinout a vytvořit i zcela specifický a unikátní produkt přímo na míru.
[26]



Obrázek č.48: NANOMEMBRANE, kvalita, testování a vývoj

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 KONCEPT

Děšť mě inspiroval natolik, že bych ráda lidem dopřála cítit se pohodlně, vesele a šťastně během deštivých dnů a to jak ve městě, v lese nebo při cestování napříč celým světem.

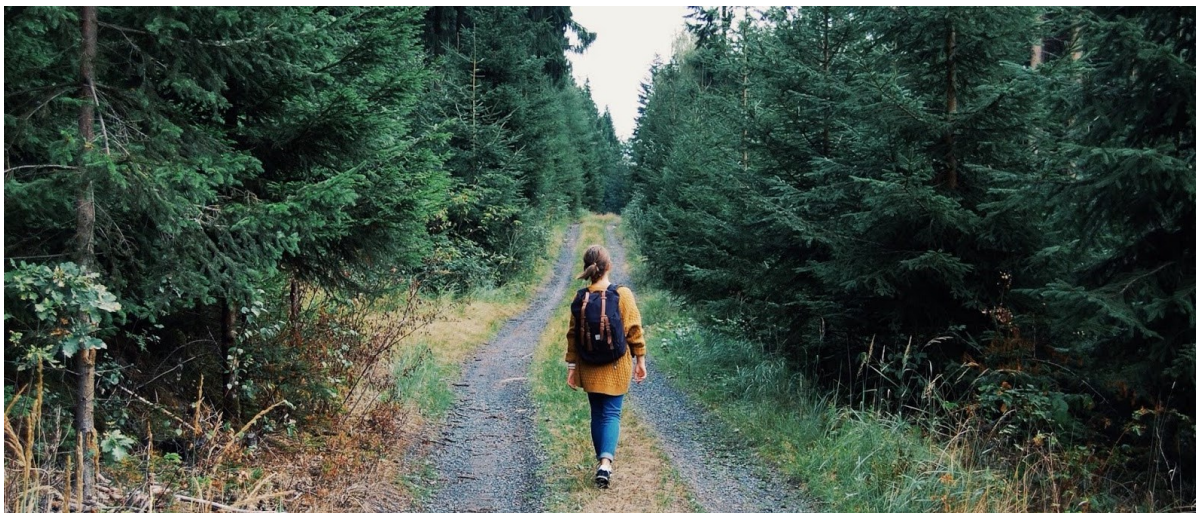
6.1 INSPIRACE

Děšť mě inspiruje natolik, že mě nutí vytvořit kolekci , která mu bude věnovaná. Jedním z hlavních inspiračních zdrojů pro mě bylo půlroční cestování a stáž na Islandu. V této zemi se mění počasí každou sekundou, neví co je to bezvětrí, slunce svítí, ale nikdy tak jak jsme zvyklí. Děšť padá ze všech stran nejen z nebe a mraků nad námi, ale i z horkých tryskajících pramenů nebo z rozfoukaných vodopádů. Islandské počasí je neskutečně nevyzpytatelné a kapitolou sama o sobě. Co se ovšem říká, a i na mě to tak působí, že na Islandu neexistuje špatné počasí, jen špatně oblečený jedinec. Jelikož jsem se po celou dobu řídila tímto heslem nic mě nezaskočilo. Vpodstatě jsem si ani neuvědomila že prší nebo dokonce pršet přestalo. Krajina kolem byla tak inspirativní a okouzlující že mi zůstal úsměv na tváři i při silném dešti . Kam jen dohlédnete nevidíte žádné nepřírozené barvy, vše kolem vás je jen příroda nic co by bylo pro oko nepříjemné.



Obrázek č.49: INSPIRACE , Landmannalaugar - Island

Říkáte si, na Islandu by mi možná déšť něvadil ale u nás mi komplikuje život? Ve chvíli kdy jsem se vrátila a pozorovala jak se lidé v dešti trápí, jak jsou nespokojení a nikdo se na ulici neusměje. Působilo to na mě nepochopitelně. Já byla za déšť nesmírně ráda, těšila se, že ještě stihnu poslední houbaření. Procházky po lese a sbírání hub patří mezi jedny z mých nejoblíbenějších činností. Nedokážu si představit, co více pročistí hlavu, než procházka lesem po dešti, kdy je vzduch tak čistý, že si připadáte jako v ráji. Když se řekne déšť, les a houbaření, vždy si vzpomenu na své dětství, kdy jsem chodila v lese ke studánce s konví pro vodu. Při velkém suchu jsem čekala i několik desítek minut než se mi konev naplnila. Proč je tedy déšť pro většinu lidí žijící ve střední Evropě nepříjemný a působí na ně depresivně když po dešti je nám lépe než před ním?



Obrázek č.49: INSPIRACE , Česká příroda

6.2 FILOZOFIE PRODUKTU

Cílem je navrhnout kolekci, která bude nositelná v různých situacích a k různým aktivitám a zároveň bude chránit člověka ve špatných povětrnostních podmínkách. Většina lidí má v šatníku několik druhů kabátů a bund, každou určenou k jiné příležitosti. Navržením kolekce se snažím sjednotit několik stylů do jednoho. Budu se věnovat otázce, jak docílit ideálního produktu, který bude nositelný, elegantní a pohodlný při jakékoliv příležitosti.

7 ZVOLENÝ MATERIÁL - NANOMEMBRANE

Pro mou práci jsem si zvolila materiál, který je nově tři roky na trhu a je vyráběný českým výrobcem. Firma NANOMEMBRANE a.s. ze Svitav jako jediná na světě vyrábí nanovláknitou membránu, kterou aplikuje na různé textilie. Díky této aplikované membráně získává materiál vysoce odolné vlastnosti. Veškeré textilie s aplikací nanovláknité membrány mají 100% větruodolnost. Tyto vlastnosti jsou ideální pro použití na oděv k všestrannému využití. Převážně se ale tyto textilie využívají pro sportovní outdoorové kolekce jelikož mají vysokou paropropustnost a tak odvádějí většinu potu.

NANOMEMBRANE má ve svém vzorníku několik různých druhů textilií na které aplikují nanovláknitou membránu. Velkou částí jsou materiály ze 100% PL, v sortimentu mají ale i velkou část přírodních textilií a to z vlny, bavlny či kombinaci syntetických i přírodních materiálů.

Vlastnosti materiálu a druhy jsou vypsány viz str. 63-65.



Obrázek č.50: Vzorky NANOMEMBRANE



Obrázek č.51: zkouška materiálu

Mnou zvolený materiál je třívrstvý laminát. I přes to, že má tento materiál o něco horší vlastnosti, než dvouvrstvý laminát, je ve výsledku praktičtější. Díky třívrstvému laminátu není nutné do oděvu aplikovat podšívky, díky kterým by materiál ztrácel své vlastnosti. Třetí vrstva laminátu slouží jako podšívka.

Vrchní tkanina je syntetické vlákno 100% PL které má lepší vlastnosti než vlákno přírodní a je méně náročné na údržbu. Jako podšívka je zvolená také textillie ze 100% PL.



Obrázek č.52: nanovláknitá membrána

Obrázek č.53: dvouvrstvý laminát

7.1 VLASTNOSTI ZVOLENÉHO MATERIÁLU

Vlastnosti zvoleného materiálu:

Plošná hmotnost: 215g/m²

Paropropustnost RET: 3,5 Pa.M².W-1

Paropropustnost MVTR: 34 000g/m²/24hod

Vodní sloupec: 23 000mm

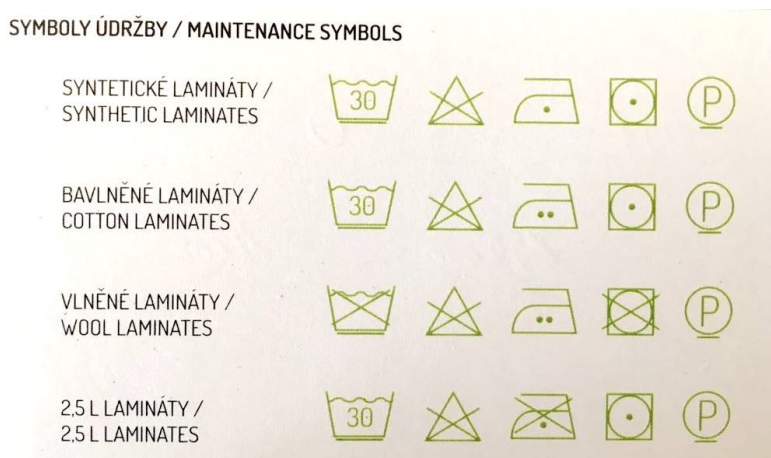
Typ laminátu: 3L

Voděodpudivost: 5

Větruodolnost: 100%

7.2 ÚDRŽBA MATERIÁLU

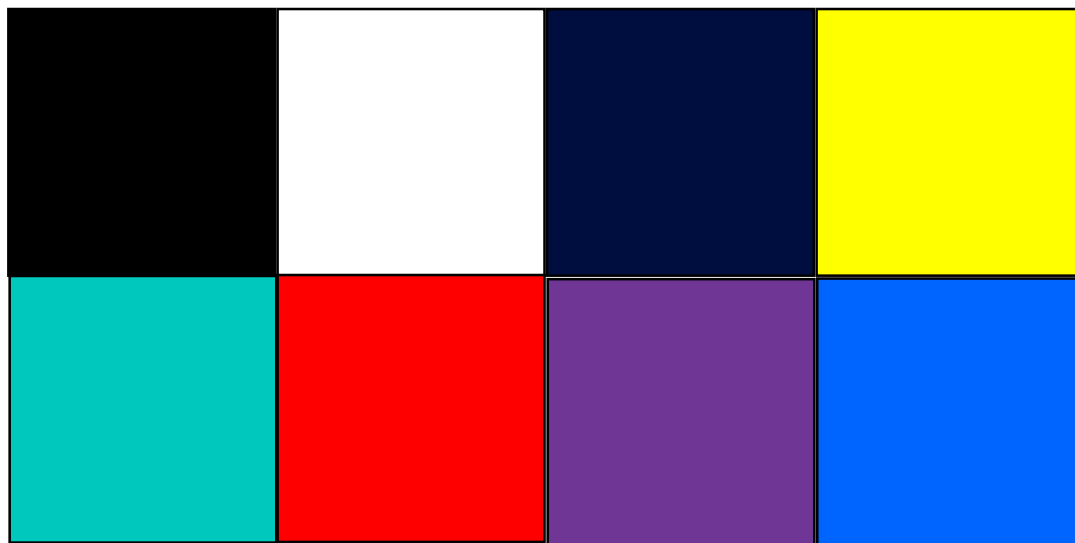
Materiál není náročný na údržbu. Je pouze nutné dodržovat určité požadavky pro zachování dlouhé životnosti a nepoškození materiálu. Textilie je možné prát v pračce při 30° a nesmí se používat aviváž. Doporučuje se používat prací prostředek určený pro membránové oblečení. Po každém vyprání výrobek vyžehlit, je možné místo žehlední používat sušičku, ale pouze se studeným vzduchem. Možné i chemicky čistit.



Obrázek č.54: údržba

7.3 BAREVNÉ PROVEDENÍ MATERIÁLU

Zvolený materiál je k dostání pouze v těchto základních barevných variantách. S možností zvolení černé, šedé či bílé podšívky.



Obrázek č.55: barevné provedení materiálu

8 VÝZKUM

Výzkum je tvořen studentkou Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně studující Marketingové komunikace Anetou Oulehlovou. Výzkum je Autorčina bakalářská práce na téma: Vývoj designových produktů do deště . Cílem výzkumu je aby na základě něj vznikla nová kolekce produktů, která chrání lidi při nepříznivém počasí v jejich každodenním životě. Výzkum má pomoci zjistit jaké jsou produkty v současnosti na trhu, jestli jsou vyhovující, nebo jsou správně navrženy a v hlavním případě jestli splňují svou funkci nebo právě naopak jestli lidem chybí ideální produkt do deště.

8.1 DEFINICE MRKETINGOVÉHO VÝZKUMU

V úvodu každého výzkumného projektu je nutné upřesnit si cíle výzkumu. Mezi nejčastější cíle výzkumu patří získání podkladů ke strategickému rozhodování v mnoha oblastech. Marketingový výzkum je zpětná vazba příležitostí, identifikuje spotřebitele a podává data o budoucích předvídatelných motivech, požadavcích a potřebách spotřebitelů. Popřípadě může být použit k analyzování a řešení podnikových problémů. Předmětem marketingového výzkumu může být cílová skupina, cena, produkt, distribuční kanály, marketingová komunikace.

8.1.1 Kvalitativní výzkum

Kvalitativní výzkum hledá odpovědi na otázky: Proč? Jak? Zjišťuje důvody a příčiny chování lidí. Klade důraz na podrobné prozkoumání názorů vybraných představitelů cílové skupiny a na zkoumaný problém. Mezi hlavní metody kvalitativního průzkumu patří: individuální hloubkové rozhovory, skupinové rozhovory a projekční techniky.

8.1.2 Kvantitativní výzkum

Hledá odpovědi na otázky typu: Co? Kolik? Jak často? Zkoumá přístup, postoje a názory zákazníka ke konkrétním výrobkům nebo službám. Je prováděn na větším počtu respondentů. Mezi hlavní metody kvantitativního výzkumu patří: písemné, telefonické, osobní, elektronické dotazování a pozorování.

8.2 ANALÝZA VÝZKUMNÉHO ŘEŠENÍ

Hlavním cílem je zjištění ideálních parametrů nového produktu, který bude pro uživatele přívětivý. Výzkum je realizován pomocí anonymního dotazníkového šetření jež má za úkol zjistit, jak moc jsou lidé v každodenním životě ovlivněni produktovým designem. Hledá především stejný počet odpovědí respondentů. Hlavním šetřením jež se zabývá produkty do deště a vztahu uživatelů k dešti je kvalitativní výzkum, realizovaný s uživateli všech věkových kategorií s výjimkou dětí.

8.3 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Účelem výzkumu za pomoci 5 Focus group, bylo zjištění vztahu uživatelů všech věkových kategorií k produktům do deště.

Respondenti jsou náhodně vybraní lidé rozdělení do skupin tvořených 3-4 lidmi.

1. skupina: 12-16let, 2. skupina: 18-23let, 3. skupina: 26-35let, 4. skupina: 38-49let, 5. skupina: 50-60let.

Výzkum byl realizován v časovém období jednoho měsíce v roce 2017. Průběh Focus group byl zaznamenáván hlasovým záznamem.

8.4 DOTAZOVANÉ OTÁZKY

1. *Jaké jsou vaše asociace (jakékoliv slovo) se slovem déšť?*
2. *Představte si, že jste na dovolené u moře, třeba na ostrově Kréta, bydlíte na 4hvězdičkovém hotelu all inclusive a už 2. den vkuse prší. Jak byste zde trávili svůj volný čas?*
3. *Vraťme se do ČR, je víkend a prší, Tě- šili jsme se celý týden na volno. Jak s tímto časem naložíte nyní tady doma?*
4. *Po představování, vraťme se prosím zase do reality. Prozradíte mi, jak většinou trávíte volný čas, víkend (když nejste v práci)?*
5. *Jaké jsou vaše volnočasové aktivity, právě když prší?*
6. *A jaké byly vaše volnočasové aktivity, když jste byli malí? Vzpomínáte, jak jste se cítili, když jste byli děti a venku pršelo? Hráli jste si doma, či venku? Jaké to bylo? Můžete mi to popsat?*
7. *Co jste si s sebou brali ven nebo na sebe, když jste byli děti, abyste nezmokli a zůstali v suchu?*
8. *Ted' už tyto produkty nepoužíváte/používáte proč?*
9. *Máte pocit, že je nějaká potřeba, kterou neuspokojuje žádný produkt, který momentálně používáte?*
10. *Jaká vlastnost je pro vás u těchto produktů nejdůležitější - samozřejmě, všechny ochraňují proti dešti, ale každá jinak - co je pro vás ten největší rozdíl například mezi pláštěnkou a deštníkem?*
11. *Jaká je vaše největší priorita, potřeba, kterou tyto produkty uspokojují?*
12. *Kdo nakupuje tyto produkty?*
13. *Kde nakupujete tyto produkty: internet vs kamenný obchod?*
14. *Považujete tyto produkty za součást módy či trendů?*
15. *Jaký prvek vás zaujme jako první, když vidíte takový produkt v obchodě, ať už kamenném či internetovém?*

16. *Jaká je pro vás přidaná hodnota právě kupovaného produktu? (Co vás přesvědčí o nákupu)*

17. *Může být benefit například ruční výroba, autorský originální návrh?*

18. *Koupili byste si spíše produkt sériové výroby například někde v supermarketu, nebo originální autorský designový produkt? [27]*

8.5 VYHODNOCENÍ VÝZKUMU

Vztah k dešti, není u recipientů negativní, chápou, že déšť je důležitý pro přírodu a někdy může být i krásný. Recipienti jsou ovlivněni tím, jak tráví svůj volný čas s ohledem na počasí a přizpůsobují se mu buď změnou programu, nebo využití produktu sloužící k ochraně proti nepříznivému počasí. Mezi produkty které recipienti používají běžně a nejčastěji patří deštník. Pláštěnku nepoužívají v běžném životě vůbec, výjimky jsou pláštěnky speciální - kolo, hory, ryby. Nebo Rain Coats, které vypadají spíše sportovně, a proto nejsou dle nich určeny do města a vhodné ke kombinování s oblečením do práce. Nicméně se tyto pláště, začínají čím dál tím více objevovat i v obchodních fashion řetězcích, jako je například H&M. Další možností je funkční nepromokavé oblečení, jež je jakousi náhradou šustákových kombinéz, které recipienti nosili jako děti. Co se bot týče, jsou klasickými představiteli gumáky, které ale nejsou vhodné k celodennímu chůzi po městě, do školy a práce, ale spíše se využívají na festivaly, zahradničení a chatu. [28]

Deštník je produkt, který je předmětem v rámci celého výzkumu největší kritiky - nechrání proti dešti celé tělo, ale jenom hlavu, nekvalitní, prohýbá se a láme. Přesto ale z celého výzkumu vychází jako nejpoužívanější produkt do deště. Produkt je to historicky nejstarší, nejrozšířenější a svou roli zde hraje zvyk a dost možná i cena, neboť se nejedná o rychloobrátkové zboží, a uživatel tudíž při jeho nákupu očekává jistou životnost produktu. [29]

Pláštěnky, klasické sklízejí kritiku v neforemnosti a trhání. Další problémy nastávají s jejím skladováním, je mokrá a nemůže se vložit do tašky. Další problémy jsou z hlediska střihu, kdy veškerá voda uchycená na pláštěnce steče směrem dolů na kalhoty či do bot. Náhrada pláštěnek se recipientům jeví právě v Rain Coatech - které jsou ale střihem stále vnímané sportovně. A také jsou označovány jako cenově i distribučně nedostupné, třeba v

kamenných obchodech, kde uživatelé nakupují produkty ochraňující proti dešti nejčastěji. [30]

Funkční nepromokavé oblečení: stává se náhradou klasických produktů a je v něm potenciál přejít ze sportovní klasifikace i na denní, volnočasové užití. Ochrana dalších produktů: kromě ochrany člověka před nepříznivým počasím vznikají potřeby ochraňovat i svůj majetek - mobilní telefon, kabelku, crosnu, batoh. [31]

Potřeby: Kříží se a zaměňuje potřeba „zůstat v suchu“, kterou převyšuje potřeba „zůstat v teple“. - rozdělení produktů Rain Coat, Gumáků podle ročního období je jedna ze zajímavých myšlenek, které vycházejí z rozhovorů. Teplo je důležité hlavně u noh čili nepromokavé boty. [32]

Hledání ideální vlastnosti produktů

Důležitá kategorie je vzhled, ten řeší převážně ženy. Dalšími hesly jsou - funkce, design, kvalita, ochrana, detail, důvěra. Nejideálnější produkt je ten, který zahrnuje všechna tyto hesla a navíc ochrání, co největší plochu, ideálně celé lidské tělo. [33]

9 ROZPRACOVÁNÍ KONCEPCE

9.1. POČÁTEČNÍ KRESEBNÉ NÁVRHY

Zvoleným finálním produktem je svrchní část oděvu a to bunda. Střih se snažím směřovat víceúčelově a to hledáním vhodných proporcí střihu. Oděv je navrhován jako unisexový a také unisizový. Cílem je navrhnout 3 kusy svrchního oděvu kolekce do nepříznivého počasí, které spolu budou propojeny podobným střihem a společně se budou doplňovat. V počátečních návrzích se snažím o tři proporce střihů a to dlouhý kabát, krátká bunda rozepínací a krátká bunda přes hlavu s klokaní kapsou. Oděv se snažím navrhnout tak, aby byl vizuálně co nejjednodušší a vhodný k jakýmkoliv příležitostem a to jak do města, tak přírody. Minimální množství švů je také účelem této kolekce, aby zbytečně neztrácel materiál svou přidanou hodnotu jeho vlastností. Snažím se navrhnout střih vyrovnávající hranici mezi sportem a elegancí.

Hlavním smyslem této kolekce není pouze vizuální stránka produktu, ale také funkčnost. Jendou z hlavních funkcí je ochránit člověka před různými faktory.



Obrázek č.56: počáteční kresebné návrhy

9.2 POČÁTEČNÍ STŘIHY

Jedním z důležitých bodů, který jsem při navrhování kolekce chtěla docílit byla jednoduchost. Počáteční střihy jsou navrhovány jako elegantní oděv k jakékoliv příležitosti. Potlačení extravagance a sjednocení linií.



Obrázek č.57: počáteční střihové varianty

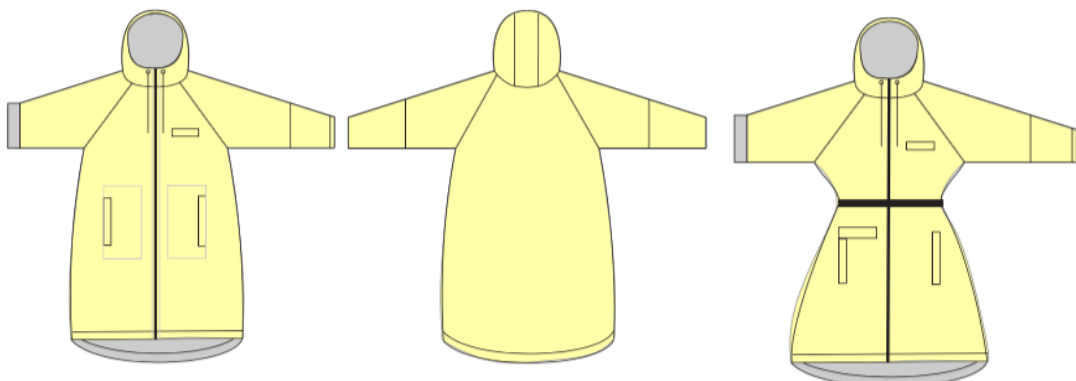
Dalším z důležitých bodů bylo sjednotit kolekci jako unisexovou a unisizovou. Pomocí hledáním správných rozměrů vytvořit střih který bude tyto dvě funkce splňovat.



Obrázek č.58: kresebné návrhy



Obrázek č.59: ilustrační návrhy





Obrázek č.60: počáteční stříhové varianty

9.3 OCHRANA

Jednou z hlavních myšlenek a inspirací k tvorbě kolekce je ochrana člověka . Ochrana před špatnými povětrnostními podmínkami, se kterými často souvisejí i zdravotní problémy či ochrana před problémy s kůží. Nejen ale zdravotní ochraně se kolekce věnuje, jedním z důležitých bodů je i bezpečnost.



Obrázek č.61: ilustrační obrázek

9.3.1 Povětrnostní podmínky

Cítit se bezpečně a v suchu při jakýchkoliv povětrnostních podmínkách a za jakýchkoliv situací je bodem číslo jedna v navrhování kolekce. Vše se snažím materiálově i střihově přizpůsobit nevládnému počasí. Aby bylo člověku fajn i když prší, fouká, svítí sluníčko. Představte si situaci, kdy se počasí mění z hodiny na hodinu, chvíli je dusno před bouří a pak ta bouře přijde. Jaký je ideální oděv do těchto dnů? Snažím se navrhnout takový produkt, se kterým bude člověk spokojený v každé situaci.



Obrázek č.62: ilustrační obrázek

9.3.2 Zdraví v souvislosti s textilií

Díky kvalitním textiliím je člověk chráněn před větrem, deštěm a zároveň díky vlastnostem materiálu jsou odváděny tělesné páry a pot. Tělo je tak chráněno před zdravotními problémy spojenými nejen s nachlazením a chřipkou, ale především s kůží. V dnešní době je velká část populace na kůži velice citlivá. Častými problémy například atopického ekzému je špatně dýchající kůže spojená s různými druhy textilií. Pro lidi s problematickou pokožkou je prodyšný materiál velice důležitý. Paropropustnost textilie je podobná vlastnost, kterou má naše pokožka. Tato funkce materiálu je důležitá pro termoregulaci organismu. Vhodně zvoleným materiálem je možné kladně termoregulaci ovlivnit a vyhnout se kožním problémům.

9.3.3 Bezpečnost

V mnoha zemích Evropy je vyžadován reflexní prvek pro viditelnost a bezpečnost člověka na vozovce mimo obec. Především tedy v severských zemích, kde jsou v zimě dlouhá období se sníženou viditelností.

Reflexní ochranné prvky jsou od roku 2016 povinnou výbavou i v České republice. Pokud se člověk za snížené viditelnosti pohybuje mimo obec po okraji vozovky, v místě, které není osvětleno veřejným osvětlením. Cílem tohoto zákona je především prevence vážných a smrtelných nehod způsobených. Nedostatečnou viditelností chodce. Vhodný reflexní prvek tak

může zachránit nemalý počet životů. Jedním z důležitých prvků pro navrhování

kolekce do deště jsou pro mě i reflexní prvky. Budou navrženy tak, aby chránily člověka za špatné viditelnosti. Při aplikaci reflexního prvku na oděv nemusí mít člověk stále na paměti že případná procházka mimo město ho může stát i život.



Obrázek č.63: ukázka viditelnosti reflexního materiálu

10 FINÁLNÍ ŘEŠENÍ

10.1 STŘIHY

Finální střihy provází jednoduchost. Jsou navrženy především kombinací vertikálních a horizontálních švů, aby oděvy udržely jednoduchou a vizuálně nenáročnou strukturu. Pro kolekci jsem si zvolila jeden cíl kterého jsem chtěla docílit a to sjednotit kolekci, která bude určena pro muže i ženy, tedy bude unisexová. Ve chvíli kdy jsem začala řešit tento problém jsem se rozhodla, že vše mě přivádí k tomu, aby byla kolekce nejen unisexová ale i unisizová a sjednotila více konfekčních velikostí do jedné.

Kolekce je navržena ve třech střihových variantách. Všechny tyto svrchní oděvy mají rozepínání řešeno voděodolným zatřeným zipem. Zip jsem zvolila z důvodů dobré izolace proti větru a vodě.

Kapuce je řešena spíše sportovním střihem ze tří kusů doplněná kšiltem, který je pro větší odolnost vystužen pevným vlizelinem. Je dostatečně velká, tak aby seděla na všechny velikosti hlavy. Díky kšiltu dostatečně chrání proti větru i dešti, popřípadě slunci. Tento prvek lze i ohrnout a tím kapuci zmenšit.

Kapesní váčky jsou přišité z venkovní části oděvu ve formátu čtverce, který doprovází jednoduchost celé kolekce. Zároveň jsem tento způsob zvolila i z důvodu dobré izolace proti dešti, kdy se kapsa zavírá pomocí lišty. V tomto prvku jsou aplikované magnetky určené do textilního průmyslu. Umožňují rychlé a praktické otevření a zavření kapsy.

Kolekci nedoprovází žádné zbytečné prvky. Vše má svůj účel, smysl a funkci. Díky aplikované podšívce z vnitřní strany nanovláknité membrány není za potřeby všívat podšívku.

První variantou je dlouhý kabát, u kterého je hlavní myšlenkou, aby byl nejelegantnější ze všech tří střihových variant. Délka kabátu působí elegantně a je koncipován i do společnosti a na kulturní akce. To ovšem nemění nic na tom že je navržen tak, aby se dal užívat k různým příležitostem, dokonce i k rekreačnímu sportu. Způsob použití už záleží na zákazníkovi. Délka přední strany od spoje s kapucí je 82 cm, délka zadní strany je 99 cm. Zadní strana je

u všech tří variant řešena stříhem do oblouku, aby chránila co největší část sedací partie člověka.

Druhou variantou kolekce je bunda, která je z velké části podobná na dlouhý kabát pouze s úpravou délky. Bunda je navržena jako střet dvou protikladů a to sportovního stylu a elegance. Přičemž každý může usoudit k jaké příležitosti tuto bundu využít.

Třetí a to poslední variantou kolekce je bunda stejných rozměrů jako varianta druhá. Je koncipovaná spíše jako sportovní. Bunda se obléká přes hlavu a zip má pouze do poloviny. Doplňena je velkou kapsou uprostřed. Není ovšem pravidlem že je nositelná do přírody, k rekreačnímu sportu nebo aktivně trávenému času.



Obrázek č.64: Varianta č.:1



Obrázek č.65: Varianta č.:2



Obrázek č.66: Varianta č.:3



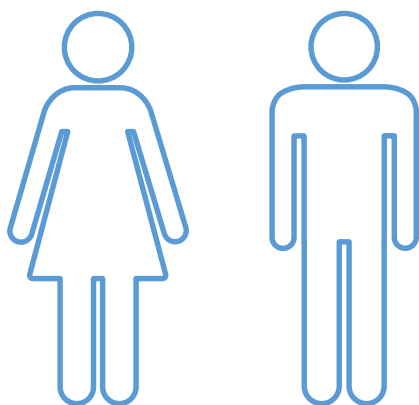
Obrázek č.67: řešení rukávů

10.2 UNISIZE

Oděvy jsou navrženy jako unisizové. Především jsou ale koncipovány na rozměr XS - XL což jsou nejčastěji užívané konfekční velikosti. Rozměr vychází především z velikosti XL kdy je stříhově upraven tak, aby na člověku menší konfekční velikosti nepůsobil jako oversize. Jedním z komplikovaných částí oděvu při navrhování unisize kolekce je řešení rukávů. Tento problém je variabilní pomocí druků dvou vzdáleností, vyměřené podle rozměrů zápěstí XS - XL . Dalším řešením dlouhých rukávů je ohrnutí na kratší . Kdy podšívka je světle šedé barvy a ladí s doplňky reflexních prvků stejnou barevností. Důležitým prvkem jsou i stříhy rukávů napojených na tělo, kdy v případě špatného stříhu mohou ramena na menším člověku vypadat velce a naopak. Zvolila jsem tedy jednoduché raglanové rukávy, které řeší tento problém a při všech konfekčních velikostech sedí člověku na ramenou. Umístění kapes je také navrženo tak, aby se bylo pohodlné pro všechny velikosti.

10.3 UNISEX

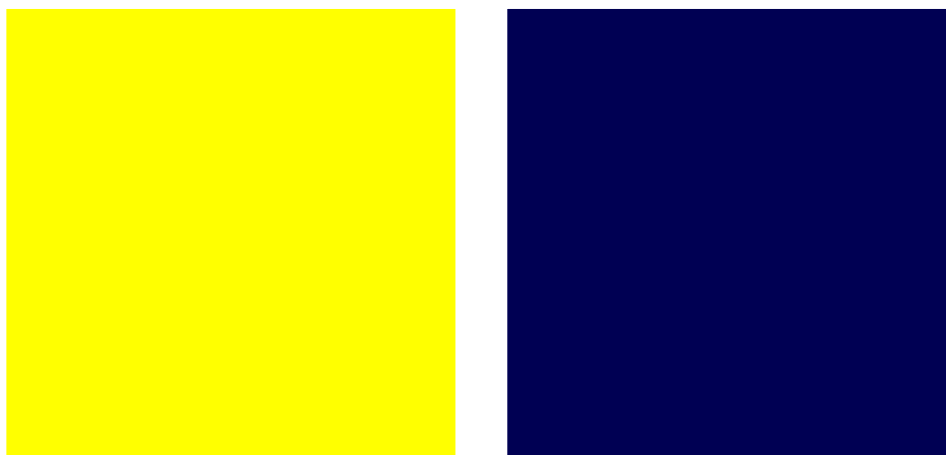
V případě unisexové kolekce jsem řešila podobné problémy jako jsou v unisize kapitole. Hlavním cílem při návrhu kolekce je sladění designu mezi ženskostí a mužností. Pomocí jednoduchých linií a nevyrazného stříhu jsem tohoto sjednocení docílila. Kolekce sedí i na mužské i na ženské postavě bez jakýchkoliv problémů.



Obrázek č.68: ilustrační obrázek

10.4 BAREVNÉ VARIANTY

Zvolení barvé varianty je také jedním z důležitých prvků celé kolekce. Pro tuto kolekci jsem zvolila dvě naprosto odlišné barvy. Cílem bylo dosáhnout kontrastu mezi sportem a elegancí, zároveň propojit se šedou barvou reflexních prvků a podšívky. Jednu z barev jsem zvolila tmavě modrou. Barva je elegantní a působí seriózně v různých příležitostech. Další zvolenou barvou je odstín pod názvem Buttercup, což je výrazně žlutá barva, která na sebe naopak upozorňuje a je výraznou barvou spíše pro extravagantní jedince. Kombinace těchto dvou barev se dopňuje a nastavuje hranici mezi sportem a elegancí. Tyto dvě barvy se příjemně doplňují s reflexními prvky.



Obrázek č.69: barevné řešení

10.5 REFLEXNÍ PRVKY

Jak už je výše zmíněno, v kolekci jsou použity reflexní prvky, které mají za účel ochránit člověka. Reflexní prvky jsou aplikovány za pomoci tepla. Navrženy jsou tak, aby držely jednoduchost celé kolekce, která je řešena horizontálními a vertikálními rovinami. Pomocí rovin jsou vytvořeny pruhy dvou různých šířek které se vzájemně v těchto dvou rovinách doplňují. Prvky jsou u každé z variant oděvu aplikovány jiným způsobem. Přizpůsobují se délce a variantě střihu. Hlavním úkolem reflexních prvků je aby ochránily co nejlépe, proto jsou pruhy aplikované na místech které jsou pro tento účel stěžejní. U všech variant oděvů

se nachází na pravém rukávu, z přední části ve dvou rovinách a ze zadní části také ve dvou rovinách a to z důvodů stoprocentní viditelnost v případě překrytí batohem či taškou. Materiál který je aplikován na textilii je vhodný k praní do 60°C, lze žehlit a chemicky čistit. Doplňuje se s textilií ze které je oděv vytvořen a při údržbě nevzniknou žádné komplikace.

10.6 NÁZEV KOLEKCE

VERND je název pro kolekci pláštěnek do deště. Název je jako celá kolekce inspirovaná Islandem. Slovo VERND v českém překladu z islandštiny znamená OCHRANA, což je hlavní myšlenkou celé kolekce. Ochránit člověka proti špatným povětrnostním podmínkám, ale také ochrana chodce v nebezpečných dopravních situacích.

10.7 GRAFICKÉ ŘEŠENÍ LOGA

Počáteční návrhy loga vycházejí především z vody. Jsou inspirované kapkou a tekoucí vodou. Finální návrh je inspirován pláštěm, kdy jsem se snažila do loga dostat linii pláštěnky pro snadnou srozumitelnost značky. Logo je navrženo tak, aby bylo použitelné pro více užití. Jako je například jednobarevné řešení pro použití v negativu, jednoduché použití při tisku a plotrování loga. Logo doprovází jednoduchost celé kolekce.



Obrázek č.70: počáteční návrhy vizuálu

Obrázek č.71: finální řešení vizuálu

11 FOTODOKUMENTACE

Fotodokumentaci kolekce do deště jsem se rozhodla nafotit na místě které pro mě bylo po celou dobu inspirací. Island byl tím pravým místem nejen pro nafocení a zdokumentování finální kolekce ale také skvělým místem pro testování. Díky častým změnám počasí, silnému větru, padající vody nejen z nebe prošel tento produkt náročnými povětrnostními podmínkami pro testování a tento test zvládl bez jakýchkoliv problémů.



Obrázek č.72: Kolekce do deště VERND



Obrázek č.73: Kolekce do deště VERND



Obrázek č.74: Kolekce do deště VERND



Obrázek č.75: Kolekce do deště VERND



Obrázek č.76: Kolekce do deště VERND



Obrázek č.77: Kolekce do deště VERND



Obrázek č.78: Kolekce do deště VERND



Obrázek č.79: Kolekce do deště VERND



Obrázek č.80: Kolekce do deště VERND



Obrázek č.81: Kolekce do deště VERND



Obrázek č.82: ilustrační fotografie

ZÁVĚR

Diplomová práce se zabývá kolekcí do deště. Cílem práce bylo zpříjemnit člověku deštivé dny a ochránit ho. Chránit člověka nejen před špatnými povětrnostními vlivy ale také před zdravotními problémy s kůží či jako chodce v dopravních situacích.

V teoretické části diplomové práce se zabývám kulturním postojem k dešti. Tato část práce shrnula historický vývoj oděvů jako jsou fashion, pracovní oděvy, ale i deštníky nebo holky. Ze současné produkce jsem se v diplomové práci zabývala designem oděvů a doplňků do nepříznivého počasí, zařazen je zde i outdoorový či cyklistický fashion.

Velkou inspirací pro mě bylo islandské počasí, které jsem do teoretické práce také zahrnula společně s designery z této oblasti. Jednou z nejdůležitějších částí je však problematika textilních materiálů. Detailně jsem rozebrala především inovace v textilním průmyslu a hydrofobními materiály. Vybraným materiálem je nanovláknitá membrána od firmy Nanomembrane které se věnuji velkou část práce spolu s testováním, kvalitou a výzkumem.

V praktické části diplomové práce vzniká finální produkt v podobě tří svrchních oděvů navzájem se doplňující. Pomocí kreseb a fotografií střihů jsem popsala proces vývoje produktu. Díky výzkumu připraveným studentkou Anetou Oulehlovou jsem mohla pomocí návrhů reagovat na nedostatky a přání zákazníků na ideální produkt do deště. Výsledkem je kolekce nositelná za jakýchkoliv povětrnostních podmínek a situací. Divadlo, sport, rekreace, příroda, město, léto, zima to vše jsou slova, která mě napadnou, když si položím otázku kam bych tento finální produkt směřovala.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] Pláštěnky na procházky v dešti — Oblectese.cz. Oblečení a móda - Oblectese.cz [online]. Dostupné z: <http://www.oblectese.cz/1236/plastenky-na-prochazky-v-desti/>
- [2] Pláštěnky na procházky v dešti — Oblectese.cz. Oblečení a móda - Oblectese.cz [online]. Dostupné z: <http://www.oblectese.cz/1236/plastenky-na-prochazky-v-desti/>
- [3] Moved Permanently. 301 Moved Permanently [online]. Dostupné z: <http://www.bvv.cz/styl-kabo/unor-2014/novinky-vystavovatelu-styl/fulton/>
- [4] Object moved. Object moved [online]. Dostupné z: <http://novesta.cz>
- [5] Tretorn: History[online][cit. 2012-01-06] dostupné z <http://www.tretorn.com/history.aspx>
- [6] Boa Design: minimalismus, městský design a prvotřídní materiály jsou naší inspirací - CZECHDESIGN. O českém designu víme vše – CZECHDESIGN [online]. Copyright © CZECHDESIGN 2017. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/boa-design-minimalismus-mestsky-design-a-prvotridni-materialy-jsou-nasi-inspiraci>
- [7] Boa Design: minimalismus, městský design a prvotřídní materiály jsou naší inspirací - CZECHDESIGN. O českém designu víme vše – CZECHDESIGN [online]. Copyright © CZECHDESIGN 2017. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/boa-design-minimalismus-mestsky-design-a-prvotridni-materialy-jsou-nasi-inspiraci>
- [8] Tašky z plachet a bannerů, které vás chytí za ucho - Material Times. Material Times [online]. Dostupné z: <https://www.materialtimes.com/vsimame-si/tasky-z-plachet-a-banneru-ktere-vas-chyti-za-ucho.html>
- [9] Tašky z plachet a bannerů, které vás chytí za ucho - Material Times. Material Times [online]. Dostupné z: <https://www.materialtimes.com/vsimame-si/tasky-z-plachet-a-banneru-ktere-vas-chyti-za-ucho.html>
- [10] Amsterdam fashion label Senscommon designs unisex raincoat for cyclists. Dezeen | architecture and design magazine [online]. Dostupné z: <https://www.dezeen.com/2016/09/29/unisex-cyclist-raincoat-waterproof-senscommon/>

-
- [11] Jean Nouvel navrhl minimalistické tenisky Pure – DesignMag.cz. DesignMag.cz [online]. Dostupné z: <http://www.designmag.cz/moda/40626-jean-nouvel-navrhl-minimalisticke-tenisky-pure.html>
- [12] KULA, Daniel, Elodie TERNAUX a Quentin HIRSINGER. Materiology: průvodce světem materiálů a technologií pro architektky a designéry. Praha: Happy Materials, c2012. ISBN 978-80-260-0538-4. s.81
- [13] KULA, Daniel, Elodie TERNAUX a Quentin HIRSINGER. Materiology: průvodce světem materiálů a technologií pro architektky a designéry. Praha: Happy Materials, c2012. ISBN 978-80-260-0538-4. s.81
- [14] KULA, Daniel, Elodie TERNAUX a Quentin HIRSINGER. Materiology: průvodce světem materiálů a technologií pro architektky a designéry. Praha: Happy Materials, c2012. ISBN 978-80-260-0538-4. s.81
- [15] KULA, Daniel, Elodie TERNAUX a Quentin HIRSINGER. Materiology: průvodce světem materiálů a technologií pro architektky a designéry. Praha: Happy Materials, c2012. ISBN 978-80-260-0538-4. s.81
- [16] KULA, Daniel, Elodie TERNAUX a Quentin HIRSINGER. Materiology: průvodce světem materiálů a technologií pro architektky a designéry. Praha: Happy Materials, c2012. ISBN 978-80-260-0538-4. s.88
- [17] Membránové textilie – technologie, srovnání, doporučení | www.nalehko.com. www.nalehko.com [online]. Dostupné z: http://www.nalehko.com/membranove_textilie
- [18] Membránové textilie – technologie, srovnání, doporučení | www.nalehko.com. www.nalehko.com [online]. Dostupné z: http://www.nalehko.com/membranove_textilie
- [19] Unikátní materiály - Tilak. Tilak - outdoorové oblečení a outdoorová obuv, sportovní oblečení [online]. Dostupné z: <https://www.tilak.cz/cs/unikatni-materialy>
- [20] Unikátní materiály - Tilak. Tilak - outdoorové oblečení a outdoorová obuv, sportovní oblečení [online]. Dostupné z: <https://www.tilak.cz/cs/unikatni-materialy>
- [21] Naše technologie : Nanomembrane. Nanomembrane [online]. Dostupné z: <http://www.nanomembrane.cz/cs/technologie>

-
- [22] Naše technologie : Nanomembrane. Nanomembrane [online]. Dostupné z: <http://www.nanomembrane.cz/cs/technologie>
- [23] Naše technologie : Nanomembrane. Nanomembrane [online]. Dostupné z: <http://www.nanomembrane.cz/cs/technologie>
- [24] Naše technologie : Nanomembrane. Nanomembrane [online]. Dostupné z: <http://www.nanomembrane.cz/cs/technologie>
- [25] Naše technologie : Nanomembrane. Nanomembrane [online]. Dostupné z: <http://www.nanomembrane.cz/cs/technologie>
- [26] Naše technologie : Nanomembrane. Nanomembrane [online]. Dostupné z: <http://www.nanomembrane.cz/cs/technologie>
- [27] OULEHLOVÁ, Aneta. *Vývoj designových produktů do deště*. Zlín 2017. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce PhDR. Tomáš Šula, PhD. st. 51-55
- [28] OULEHLOVÁ, Aneta. *Vývoj designových produktů do deště*. Zlín 2017. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce PhDR. Tomáš Šula, PhD. st. 55
- [29] OULEHLOVÁ, Aneta. *Vývoj designových produktů do deště*. Zlín 2017. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce PhDR. Tomáš Šula, PhD. st. 56
- [30] OULEHLOVÁ, Aneta. *Vývoj designových produktů do deště*. Zlín 2017. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce PhDR. Tomáš Šula, PhD. st. 56
- [31] OULEHLOVÁ, Aneta. *Vývoj designových produktů do deště*. Zlín 2017. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce PhDR. Tomáš Šula, PhD. st. 56
- [32] OULEHLOVÁ, Aneta. *Vývoj designových produktů do deště*. Zlín 2017. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce PhDR. Tomáš Šula, PhD. st. 56

- [33] OULEHLOVÁ, Aneta. *Vývoj designových produktů do deště*. Zlín 2017. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce PhDR. Tomáš Šula, PhD. st. 57

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č.1: Thomas Burberry (plášť do deště 1900).....	18
Obrázek č.2: Pierre Cardin 1968.....	19
Obrázek č.3: Space Age, (ÚBOK- Žena a móda 1969)	19
Obrázek č.4: Pracovní oděvy	20
Obrázek č.5: Materiál Canor Plarex	21
Obrázek č.6: Helly Hansen pracovní oděvy.....	21
Obrázek č.7: 66 ° NORTH	23
Obrázek č.8: 66 ° NORTH	23
Obrázek č.9: Autor deštníku Samuel Fox	24
Obrázek č.10: První skládací deštník (vynálezce Slawa Horwitz)	24
Obrázek č.11: Značka deštníků Fulton	24
Obrázek č.12: Hunter (Original Green Wellington)	26
Obrázek č.13: Kopyta na holinky Novesta	26
Obrázek č.14: Novesta holinky.....	26
Obrázek č.15: Tretorn kolekce pro rybáře	27
Obrázek č.16: Tretorn současná produkce.....	27
Obrázek č.17: Rains, dámská parka	29
Obrázek č.18: Rains kolekce navržena návrhářem Asgerem Juelem Larsenem.....	29
Obrázek č.19: Kolekce značky Stutterheim	30
Obrázek č.20: Značka Stutterheim, batoh	30
Obrázek č.21: Boa design, kolekce Poutník.....	31
Obrázek č.22: Kolekce Reykjavik Raincoats	32
Obrázek č.23: Maxjenny.....	33
Obrázek č.24: Kolekce Dystopian Brutalist Outerwear.....	34

Obrázek č.25: kolekce od návrháře Anne van Galen.....	35
Obrázek č.26: značka pro děti Muddy Puddles.....	36
Obrázek č.27: Značka Freitag , batohy z plachet nákladních aut	37
Obrázek č.28: Kolekce Raindress od studia ByBrown.....	39
Obrázek č.29: kolekce Free Circle.....	39
Obrázek č.30: Kolekce od značkySegraSegra.....	40
Obrázek č.31: Valmoof pláštěnka pro cyklisty	41
Obrázek č.32: Značka Senscommon, kolekce pro cyklisty	42
Obrázek č.33: Tilak outdoorové oděvy.....	43
Obrázek č.34: The North Face kolekce Urban exploration.....	44
Obrázek č.35: Cintamani.....	44
Obrázek č.35: Fjällräven.....	45
Obrázek č.36: Italská značka Ruco Line.....	46
Obrázek č.37: Skládací holinky Sardines od Estel Alcaraz.....	47
Obrázek č.38: Islandská značka Mundi.....	49
Obrázek č.39: Kolekce Islandského návrháře Sruli Recht.....	49
Obrázek č.40: Fashion studio Magnea.....	50
Obrázek č.37: Islandská značka Geysir.....	51
Obrázek č.37:Islandská značka Farmers Market.....	51
Obrázek č.38: Inovační povrchové úpravy	55
Obrázek č.39: Gore - Tex	58
Obrázek č.40: textilie Ventile®.....	58
Obrázek č.41: Tyvek.....	59
Obrázek č.42: textilie S.Café®.....	60
Obrázek č.43: textilie HYG Y & KTTEX.....	61

Obrázek č.44: NANOMEMBRANE , srovnání paropropustnosti membrán.....	62
Obrázek č.45: NANOMEMBRANE.....	63
Obrázek č.46: NANOMEMBRANE, dvouvrstvý laminát.....	64
Obrázek č.47: NANOMEMBRANE, třívrstvý laminát.....	64
Obrázek č.48: NANOMEMBRANE, Hydrophobic Extreme.....	65
Obrázek č.48: NANOMEMBRANE, kvalita, testování a vývoj.....	65
Obrázek č.49: INSPIRACE , Landmannalaugar - Island.....	68
Obrázek č.49: INSPIRACE , Česká příroda.....	69
Obrázek č.50: Vzorky NANOMEMBRANE	70
Obrázek č.51: zkouška materiálu.....	70
Obrázek č.52: nanovláknitá membrána.....	71
Obrázek č.53: dvouvrstvý laminát.....	71
Obrázek č.54: údržba.....	72
Obrázek č.55: barevné provedení materiálu.....	73
Obrázek č.56: počáteční kresebné návrhy.....	79
Obrázek č.57: počáteční stříhové varianty.....	80
Obrázek č.58: kresebné návrhy.....	81
Obrázek č.59: ilustrační návrhy.....	81
Obrázek č.60: počáteční stříhové varianty.....	82
Obrázek č.61: ilustrační obrázek.....	83
Obrázek č.62: ilustrační obrázek.....	84
Obrázek č.63: ukázka viditelnosti reflexního materiálu.....	85
Obrázek č.64: Varianta č.:1	87
Obrázek č.65: Varianta č.:2.....	87
Obrázek č.66: Varianta č.:3.....	88
Obrázek č.67: řešení rukávů.....	88

Obrázek č.68: ilustrační obrázek.....	89
Obrázek č.69: barevné řešení.....	90
Obrázek č.70: počáteční návrhy vizuálu	91
Obrázek č.71: finální řešení vizuálu.....	91
Obrázek č.72: Kolekce do deště VERND.....	92
Obrázek č.73: Kolekce do deště VERND.....	93
Obrázek č.74: Kolekce do deště VERND.....	93
Obrázek č.75: Kolekce do deště VERND.....	94
Obrázek č.76: Kolekce do deště VERND.....	94
Obrázek č.77: Kolekce do deště VERND.....	95
Obrázek č.78: Kolekce do deště VERND.....	95
Obrázek č.79: Kolekce do deště VERND.....	96
Obrázek č.80: Kolekce do deště VERND.....	96
Obrázek č.81: Kolekce do deště VERND.....	97
Obrázek č.82: ilustrační fotografie.....	97