



# Fashion průmysl v ČR: návrat zlaté éry?

Listopad 2018

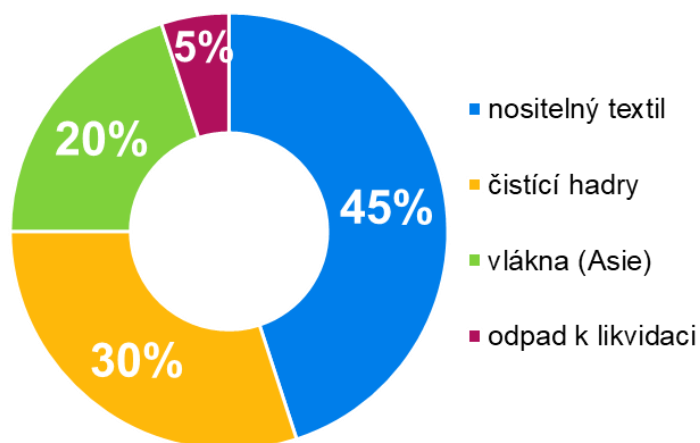
*Stejně jako ostatní průmyslová odvětví prochází i to módní rychlými změnami. Pro dnešní dobu je typické obrovské množství nákupních středisek a široká nabídka oděvů jak v kamenných prodejnách, tak v e-shopech. Nízké ceny a rychlé změny trendů se pak na našich šatnících mnohdy projevují nedostatkem prostoru.*

## Daň za „fast fashion“

Jedním z negativních důsledků této rychloobrátkové módy je přibývajícím textilní odpad. Například v Austrálii je každých deset minut vyprodukováno 6 tun textilního odpadu. Průměrně každý Australan nakoupí ročně 27 kg textilu a 23 kg pak končí na skládce.

V České republice činí průměrná roční produkce textilního odpadu na občana zhruba 10 kg. Z toho pouhých 0,3 kg je odevzdáno k recyklaci. Téměř polovina odevzdaného textilu je nositelná a putuje na charitu, ze třetiny se vyrábějí čisticí hadry, zhruba pětina putuje zpět do Asie, kde se přetváří na vlákna a pouhých 5 % je likvidováno jako odpad.

## Využití textilu odevzdaného k recyklaci



Zdroj: Potex

Dalším problémem, který se textilního a oděvního průmyslu dotýká, je dětská práce. Ačkoliv se za poslední roky situace zlepšila, tak se stále jedná o více než 150 milionů dětí ve věku 5-17 let, které pracují, což je zhruba každé desáté na světě. A textilní průmysl je jedním z odvětví, které děti zaměstnává. Často pracují za špatných a nedůstojných podmínek, kdy při 16ti hodinové pracovní době v továrnách i přespávají. Zboží vyprodukované v Asii navíc na Evropský trh putuje po moři mnohdy i více než měsíc.

## Přitom to není tak dávno, co byla Česká republika textilní velmocí...

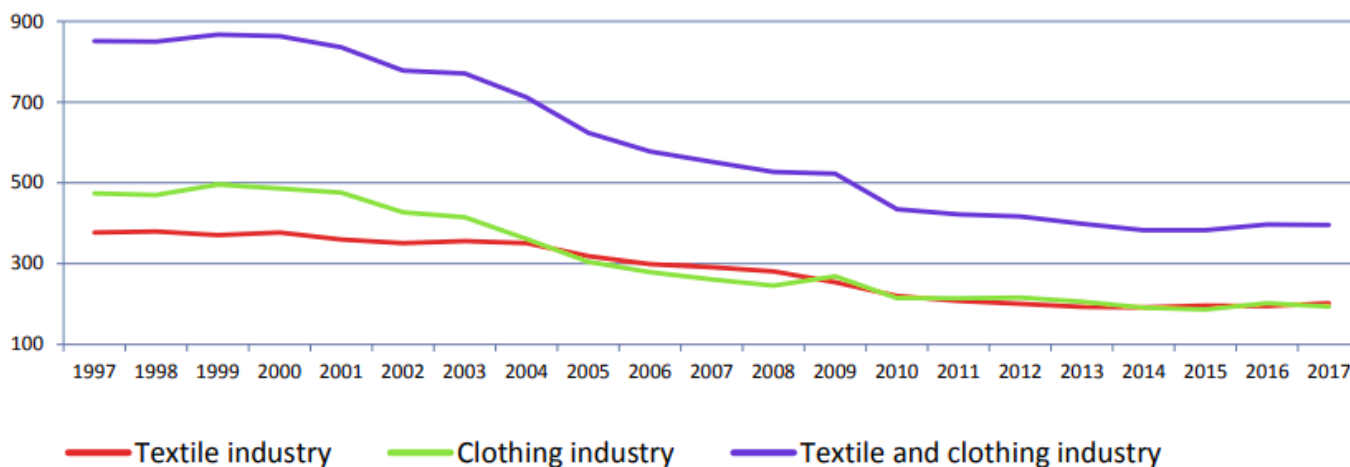
Za první republiky v textilním průmyslu pracovalo více než 200 tisíc zaměstnanců. Měli jsme také svou českou Coco Chanel, Hanu Podolskou. Ze své malé dílny vytvořila vyhlášený módní salón, který oblékal první dámy a slavné herečky.

V 60. letech pak byly úspěchem, alespoň z obchodního hlediska, „jarmilky“, které byly nedílnou součástí spartakiád. Další českou legendou mezi sportovní obuví jsou „prestižky“, které se začaly šít v 80. letech. Uvolnění trhu a otevření hranic v 90. letech znamenalo pro některé firmy šok, protože se k nám najednou začalo dostávat zboží ze zahraničí. Problémem začaly být zejména levné kopie populárních značek pocházející z Asie.

## Počet firem i zaměstnanců sice výrazně poklesl, tržby ale rostou

Za posledních 20 let poklesl počet textilních a oděvních firem v České republice o více než polovinu. V roce 2017 u nás v tomto oboru působilo 393 podniků.

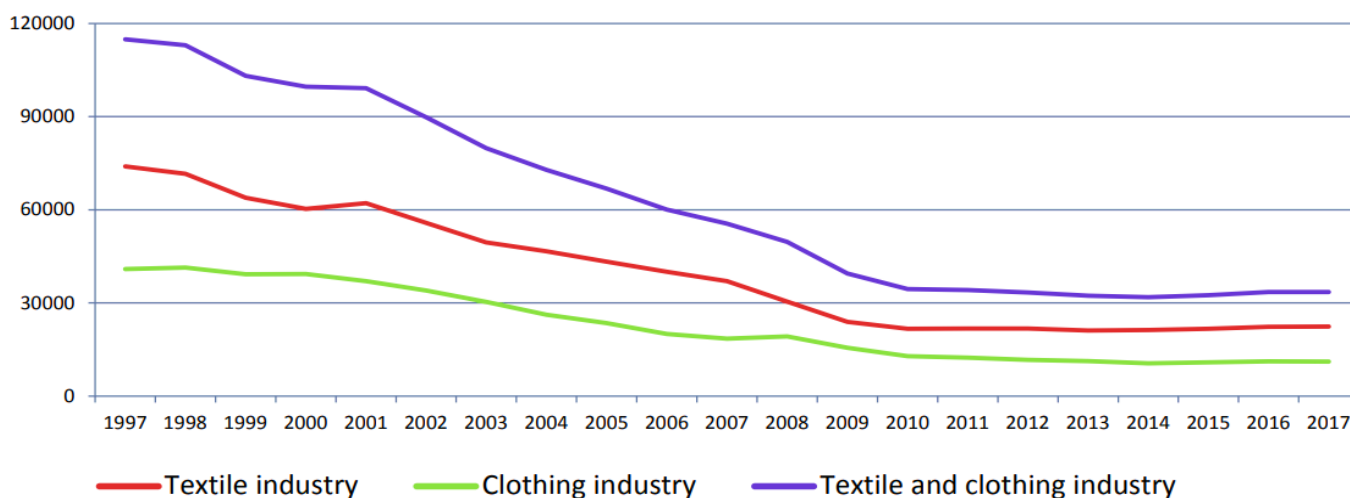
### Počet podniků v textilním a oděvním průmyslu ČR



Zdroj: ATOK, firmy s 20 a více zaměstnanci

Výrazně se snížil také počet zaměstnanců. V roce 1997 v textilním a oděvním průmyslu pracovalo téměř 120 tisíc lidí. V roce 2017 to bylo téměř čtyřikrát méně – celkem 33 517 zaměstnanců.

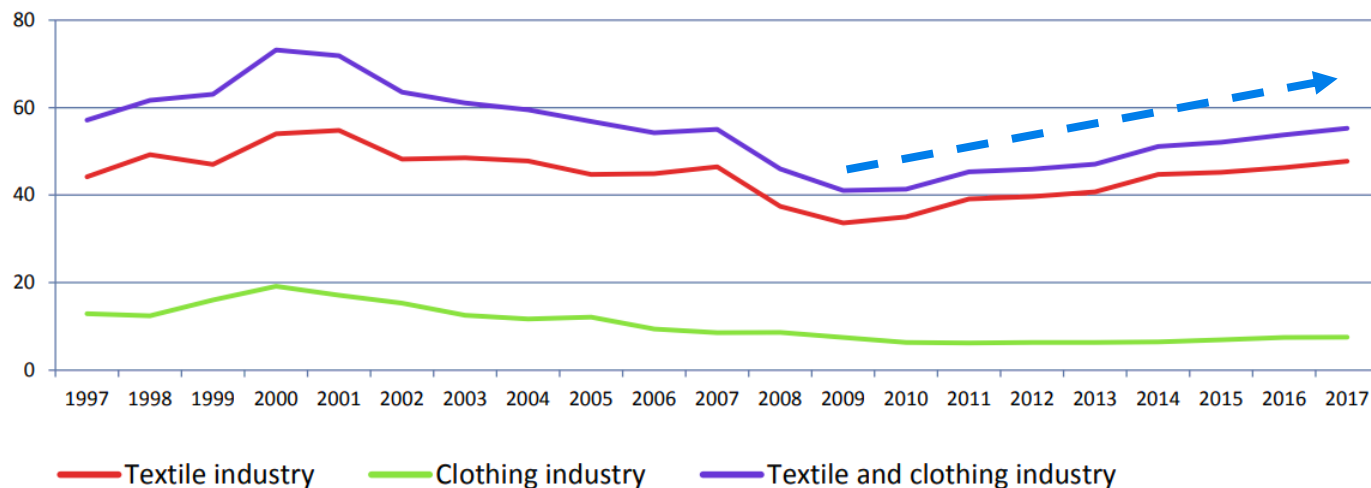
### Počet zaměstnanců



Zdroj: ATOK, firmy s 20 a více zaměstnanci

Český textilní a oděvní průmysl však rozhodně neupadl v zapomnění. Díky specializaci firem a kvalitě jejich výrobků tržby již 8. rokem rostou. Loňský rok byl dokonce nejúspěšnějším za posledních 12 let. Tržby textilních a oděvních firem dosáhly v roce 2017 celkem 55,3 miliard korun (zhruba 3% nárůst oproti roku 2016). Tahounem jsou firmy z textilního odvětví, které se na celkových tržbách podílejí z 87 %.

### Tržby z prodeje vlastních výrobků a služeb



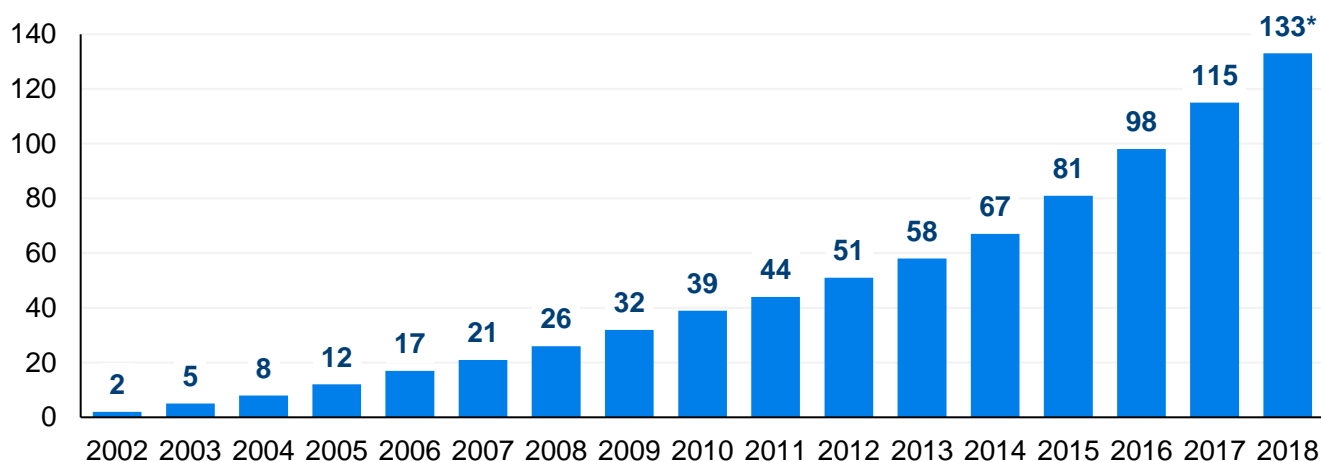
Zdroj: ATOK, firmy s 20 a více zaměstnanci

### Mladší generace: udržitelnost a nákupy online

Za pozitivním vývojem textilního a oděvního průmyslu stojí také změna našeho přístupu k módě. Mladší generace daleko více dbají na originalitu výrobků. Mileniálové jsou ochotni připlatit si za personalizaci zboží. Při nákupu je pro ně rozhodujícím faktorem kvalita a unikátnost. Zajímají se také o životní prostředí a chtějí nosit udržitelnou módu, která je k němu šetrná.

Mění se také způsob, jakým lidé nakupují. Na popularitě získávají e-shopy, o čemž svědčí neustálý růst jejich obratu, který by letos měl dosáhnout 133 miliard korun. Z hlediska sortimentu v e-shopech je oblečení nejvíce zastoupenou kategorií (17 %). Alespoň jednou ročně nakoupí nějaké oblečení či obuv na internetu polovina zákazníků.

### Obrat internetových obchodů v ČR za zboží (mld. Kč)



Zdroj: APEK, \*odhad

Platí, že kdo dnes není online, jakoby nebyl. V získávání módní inspirace jsou totiž na prvním místě sociální sítě, ze kterých čerpá 20 % zákazníků.

## Nové trendy, nové příležitosti

Se změnou trendů a technologií, přicházejí také nové příležitosti. Některé firmy již přesunují výrobu z Číny zpět do Evropy, protože tam rostou mzdové náklady a výroba se už tolik nevyplácí. Nastává doba, kdy oblečení šijí roboti a zvládají to daleko rychleji. Robot ušije džíný za 11 minut, zatímco továrna v Asii za 36 minut.

Doposud bylo nevýhodou mnohých e-shopů to, že si zákazník zboží nemůže vyzkoušet. Na trh přicházejí technologie virtuálních zrcadel a zákazníci si již mohou při nákupu online virtuálně zkusit třeba brýle, šperky či kosmetiku.

A kdo ví, v budoucnu možná nebudeme potřebovat kamennou prodejnu ani e-shop, protože si oblečení i boty jednoduše doma navrhne a vytiskne na 3D tiskárně.

### Tereza Hrtúsová

+420 956 718 012, [thrtusova@csas.cz](mailto:thrtusova@csas.cz)

EU Office / Knowledge Centre

Ekonomické a strategické analýzy

**EU OFFICE / KNOWLEDGE CENTRE, Ekonomické a strategické analýzy**

**Česká spořitelna, a.s.**

Budějovická 1518/13b, 140 00 Praha 4

e-mail: [eu\\_office@csas.cz](mailto:eu_office@csas.cz)

**Tomáš Kozelský**

e-mail: [tkozelsky@csas.cz](mailto:tkozelsky@csas.cz)

tel: +420 956 718 013

**Tereza Hrtúsová**

e-mail: [thrtusova@csas.cz](mailto:thrtusova@csas.cz)

tel: +420 956 718 012

**Radek Novák**

e-mail: [radeknovak@csas.cz](mailto:radeknovak@csas.cz)

tel: +420 956 718 015