

Když do přírody, tak v českém

„Občas k nám do Liberce přijede klient, jdeme se spolu podívat do města a pak se mě zeptá, jestli tu zrovna není outdoorový festival, protože tady každý nosí sportovní kalhoty i bundy,“ říká mi Ondřej Neuman z firmy Direct Alpine, která u nás pod touto značkou vyrábí oblečení pro aktivity v přírodě.

Ilustrační foto archiv Hanibal Sport

>> Zuzana Musálková

„To jsme prostě my Češi,“ usměje se. V liberecké firmě má na starosti obchodní oddělení. Nezapomene zdůraznit, že ulicemi mnoha našich měst se každodenně pohybují lidé, kteří vypadají, jako by se právě chystali na výlet a přitom jdou spíš do práce. „Takhle to máme asi jediní v Evropě.“

A výrobci rádi říkají, že jsme i v outdoorovém oblečení (pro volný čas) soběstačná země. Existují dokonce firmy, které na našem trhu válcují i světové značky, a pak menší společnosti, jež prodávají draž a sázejí na větší kvalitu svých produktů.

Přímo do Alp

„Nejdřív jsme testovali oblečení pro firmu, která už dnes neexistuje,“ vzpomíná zakladatel firmy Radek Nováček na dobu, kdy s kamarádem prostě lezli po skalách. Poté začal vyrábět outdoorové kalhoty. Aby je prodal, objížděl s nimi republiku ve staré škodovce.

Firma Direct Alpine byla oficiálně založena v roce 1997. A v zemi, kde se hodně chodí do lesa, jezdí na kole, na vodu, lyžuje nebo leze po horách, si mezi desítkami dalších českých firem své



>> Malá krejčovská dílna ve Cvikově na Liberecku dostává zakázky od tamního výrobce. Foto Právo – Petr Hloušek

zákazníky postupně našla. Nedá mi to a ptám se, proč si vybrali anglicky znějící název odkazující na velehory. „Za tím nic složitějšího nehledejte. Prostě jsme věděli, že direct znamená něco jako dopředu a Alpine jsou prostě Alpy,“ říká Nováček.

Teď spolujitel společnosti se sedmdesátimilionovým obratem stojí v malé dílničce v sídle firmy nad šicím strojem a debatuje se švadlenou nad stříhem. Za ním je sklad plný látek z Japonska a Jižní Koreje a bedny plné nového oblečení.



>> Pavel Lázníčka o sobě rád říká, že myšlenku českého outdoorového oblečení propaguje už šestnáct let. Foto Právo – Petr Horník

Dřív firma vyráběla třetinu své produkce ve Vietnamu, ale před pár lety vrátila téměř sto procent výroby na Liberecko. „Radek se chtěl po práci sebrat, sednout si na kolo, zajet na dílnu a nebýt věčně zasekaný bůhví kde v cizí zemi. Má to tady kousek do Cvikova a Rychnova,“ vysvětluje Ondřej Neuman s tím, že naše švadleny dělají kvalitnější práci.

Liberecké švadleny

„Zaměstnáváme jich šedesát až sedmdesát, musíte to brát tak, že v tomhle byznysu je na milion obrátu jedna švadlena. I když samozřejmě záleží na tom, jestli děláte bundy, nebo ponožky.“ Ondřej si ještě postěžuje na to, že sehnat na Liberecko kvalifikovanou řemeslnici není vůbec snadné a jsou rádi, že v současné době mají dost zaměstnankyň.

V kraji se historie textilního průmyslu píše od konce 16. století. A dnes už zrušený závod Texti-

Musíte to brát tak, že v tomhle byznysu je na milion obrátu jedna švadlena

Ondřej Neuman

lana zaměstnával svého času tisíce lidí. „Textil se u nás bohužel dvacet let likvidoval a momentálně je dvacet let za opicemi. Nikdo tady nechtěl a nemohl vyrábět, až teď se to pomalu obnovuje. Válkuje nás Asie. Čistě finančně se opravdu nevyplácí mít tady dílny.“



>> Radek Nováček (vlevo) a Ondřej Neuman si zakládají na tom, že jejich firma vyrábí v Česku. Foto Právo – Petr Hloušek

Lokální výrobci táhnou

Přišla doba, kdy se čím dál víc Čechů zajímá, odkud jsou věci, které kupují. Vyhledávají nejen lokální potraviny, ale chtějí i vědět, kde se vyrobilo oblečení, které nosí. Firma i tak šedesát procent zboží vyváží do zahraničí. „Hlavně do Německa, Rakouska, Francie, Skandinávie, Švýcarska, Japonska a Jižní Koreje. Zahraničním zákazníkům se líbí, že jsme evropská společnost, která na tomto kontinentu i vyrábí.“

Ondřej ještě připomene vlastníka druhé poloviny společnosti – dalšího českého podnikatele v oboru, Jindřicha Hudečka. „Hudy do toho vstoupil asi před deseti lety, to byl velký skok. Teď to vlastní s Radkem napůl.“



Hudeček je majitel firmy, která má prodejny outdoorového a lezeckého vybavení v Česku i na Slovensku. Nabízí nejen naše, ale i světové značky. Do roku 1990 byl členem československého reprezentačního horolezeckého týmu. V knize Rock Stars uznávaného fotografa skalního a horského lezení Heinze Zaka je zařazen mezi nejlepší skalní lezce světa. Zamlada horolezec brigádníčil v obchodech s lezeckým vybavením a už v roce 1990 založil malou firmu. Dnes provozuje 30 prodejen Hudy sport.

České spacáky

„Pokud si vezmete český trh, tak musíte rozlišovat mezi firmami, které vyrábějí oblečení tady u nás, a českými značkami vyrábějícími v Asii,“ vysvětluje Pavel Láznička, prodejce outdoorového vybavení pod značkou prodejen Hanibal Sport. Asijská produkce je podle Lázničky často cenově dostupnější, ale také leckdy i méně kvalitní. „Na oblečení to poznáte třeba tak, že švy mají méně stehů na centimetr.“

Snažíme se zvýšit povědomí o tom, co v Česku opravdu vyrábíme

Pavel Láznička

Firma začala před dvěma lety pořádát soutěž Hanibal Czech Outdoor Awards, anketu, ve které fandové pobytu v přírodě a sportů hlasují, jaké výrobky jim poslední sezónu nejvíce vyhovovaly. „Snažíme se zvýšit povědomí o tom, co v Česku opravdu vyrábíme. Naše filozofie jako prodejce je taková, že v první řadě chceme nabízet kvalitu, a pak se hned díváme, jestli je výrobek český,“ vysvětluje Láznička, jak si vybírají produkty.

Nabízí tak naše značky jako třeba Tilak nebo Sir Joseph. V pultech Hanibalu najdete od této firmy péřové spacáky i bundy. Založila ji česká horolezecká hvězda a první muž na K2, Josef Rakoncaj. Dneska značku Sir Joseph vede jeho syn.

Sortiment v Hanibalu je určen pro lidi, kteří jsou buď zapálení sportovci, nebo chtějí, aby jim oblečení sloužilo dlouho. Vyšší cena by měla zajistit nejen lepší kvalitu, ale i určitý nadstandardní servis. „Když se vám povede vybourat na kole ve šterku a roztrhnete si rukáv, ušijí vám nový. Zaplatíte třeba sedm set korun, ale můžete dál používat bundu, která stála deset tisíc...“

Na horách za dvě hodiny

Zajímá mě, jestli české firmy získávají poslední dobou na popularitě. Přece jen se teď víc mluví o tom, odkud pochází zboží, které kupujeme. „Nemyslím, že by v tomhle Češi byli bůhvíjací nacionalisté, ale momentálně se nám daří, víc lidí

>> Jindřich Hudeček býval opravdu úspěšným horolezcem. Dnes je úspěšným podnikatelem a majitelem sítě obchodů se sportovním a turistickým oblečením. Foto Profimedia.cz



>> Horolezec Josef Rakoncaj ví, jak je důležité dobré vybavení na hory, a tak začal vyrábět péřové bundy a spacáky. Foto ČTK

vyhledává naše výrobky,“ říká prodejce Láznička. Kromě soutěže se věnují i jiné propagaci českých značek. „Točíme spoustu videí, píšeme hodně recenzí.“

Majitel obchodu ještě dodává, že z koníčku se mu prostě časem stala práce a že jsme stát, kde se dá provozovat hodně venkovních aktivit. „Vodáctví, lezení po horách, lyžování a ježdění na kole, všechno je blízko.“

Co se nosí

Vkus zákazníka se ale posouvá a pryč by měla být i doba, kdy část výrobců spoléhala na to, že Češi budou vyžadovat hlavně funkčnost. „V minulosti tu panoval takový nešvar, že design nehrál

žádnou roli. Jenže dneska se v konkurenci přitvrzuje, a tak se najímají studia, která řeší třeba jen barvy na následující kolekci. Naprostá většina českých výrobků je dnes designově konkurenceschopná.“

Milovníci hor a přírody touží nosit barevné oblečení. Dřív se spíš oblékali do černé, modré. Změna přišla pryč i proto, že díky chytrým telefonům se lidé daleko víc fotí a barva je i na fotce víc vidět.

A co rád nosí aktivní sportovec? „Toho je spousta. Už osmnáct let mám pertexovou (*pertex – pevný materiál s nízkou hmotností – pozn. red.*) bundu vyrobenou v Česku. Oblíbil jsem si tenkou péřovku, kterou můžu nosit jako záložní. Za poslední roky je mým favoritem vlněné funkční spodní prádlo, které k nám přišlo ze Skandinávie.“

Letošní jaro a léto by kromě barev mělo být i ve znamení lehkosti. „Nemyslím, že přijde nějaký převratný hit. Vývoj se dlouhodobě drobnými krůčky posouvá k tomu, aby materiály byly prodyšné. V minulosti se kladl velký důraz na nepromokavost a bylo už celkem jedno, že se v tom člověk zapotí.“

Hurá na olympiádu

„Po poslední olympiádě se zvýšilo povědomí o tom, že jsme česká značka,“ vzpomíná na nedávnou minulost Václav Hrbek, ředitel designu a realizace Alpine Pro, firmy, jejíž produkty jsou vedle dalších českých značek Hannah, Loap a Husky nejprodávanější na našem trhu.