



ELLE

05/2018 • GDO XVII • 30 KN

ECO *issue*

GISELE BÜNDCHEN
LIVIA FIRTH
TATJANA PATITZ
BARBARA PALVIN
HRVOJKA BEGOVIĆ
I-GLE

+ NEW FASHION STAR:
VERONIKA P

ZELENI SVIJET MODE

OTKRIJTE TAJNE ODRŽIVOG ŽIVLJENJA

4,99 € • 8,20 KM • 150 DEN
00518
9 771333 796007

Prije eko potrebna



FARRAH FLOYD



SALT CLOTHING

Moda je u svojim počecima bila održiva. Materijali i boje proizvodili su se lokalno od vlakana i boja pronađenih u prirodi, šivalo se ručno i pralo u čistoj vodi. No, s razvojem tehnologije i, posljedično, trgovine novootkrivene tkanine počele su se proizvoditi posvuda pa danas gotovo da ne postoji zemlja koja nema vlastitu tekstilnu industriju. Međutim, čovječanstvo je na putu do masovne proizvodnje tekstila naišlo na razne probleme za koje su pronađena tobože efikasna rješenja kako bi proizvodili još masovnije. Radna snaga pronađena je u pretežito siromašnim zemljama u kojima radnici često nemaju gotovo nikakva radnička prava, a mnogi su od njih nerijetko i maloljetni. Za uzgoj prirodnih vlakana kao što su pamuk ili lan uvedena je upotreba pesticida, za bojenje tkanina počele su se koristiti kemikalije s kojima boje postaju izraženije i trajnije, a između ostalih „dobrobiti“ nude i širi spektar nijansi, dok su prirodni materijali dobili umjetne alternative čija se vlakna dobivaju iz nafte, ugljena ili vapnenca. Pri takvim procesima potroše se enormne količine vode pa ću usporedbe radi reći da se u proizvodnji jednog t-shirta potroši 2270 litara vode odnosno onoliko koliko prosječan čovjek popije tijekom tri godine. Uzimajući u obzir i nezapočeto poglavlje o pakiranju, vele- i maloprodaji, otpadu koji ostaje iza svega i odlazi na smetlišta u prirodi ili u oceane, ne čudi što je modna industrija brzo zaslužila notornu titulu drugog najvećeg zagađivača u svijetu. Šteta što smo tek sada, kad je Zemlja toplija nego što je ikad bila, kad su oceani postali kiseli, a životinjske vrste počele izumirati, napokon zapitali kako to možemo promijeniti. No, da je „održiva“ moda itekako održiva i u domaćim okvirima, otkrili su nam osnivači pet hrvatskih eko-brendova koji pokušavaju promijeniti lice globalne mode kroz aktivno lokalno djelovanje. U nastavku pročitajte što su nam otkrili Brokula&Ž, Farrah Floyd, Manufraktura, Murva i Salt Clothing te saznajte kako i vi možete poboljšati svijet.

moda



MURVA



KAKO JE ZAPOČELA PRIČA O ODRŽIVOJ MODI?

Da, modna industrija zagaduje okoliš više nego što uopće možemo zamisliti, no najveći je utjecaj na kolektivnu svijest o nužnosti održivih praksi imalo otkrivanje stvarnih uvjeta u kojima rade tekstilni radnici u siromašnim zemljama. Odjek tragedije iz 2013. godine kad se u glavnom gradu Bangladeša urušila tvornica Rana Plaza još se nije slegnuo. Nehumani uvjeti za rad i činjenica da jedan direktor u modnoj industriji u četiri dana zaradi koliko radnik u tvornici zaradi tijekom cijelog života razbjesnila je svijet, a dan pada Rana Plaze pretvoren je u simbol borbe i otpora prema takvom neodrživom sustavu.

„kolekcije filmova“, priča dizajnerica koja svojim brendom promovira fair trade, transparentnu lokalnu proizvodnju i važnost kvalitete u proizvodnji odjevnih predmeta. „Manufaktura je definitivno slow fashion brend, konstrukcija odjevnog predmeta nema vremensku granicu, zaista pomno studiramo svaki kroj. U Manufakturinom studiju često možete sresti moje kolege iz tima Fashion Revolution, također konstruktore i stiliste s kojima znamo do kasnih večernih sati isprobavati razne konstrukcije za npr. jedan ženski sako. I zato je naš moto 'Radimo masivno, a ne masovno!'“

ŠTO JE UOPĆE "EKO-MODA"?

Tijekom Fashion Revolution Weeka, organizacija i njeni ambasadori pozivaju brendove na transparentno poslovanje jer vjeruju da je to prvi korak prema održivoj budućnosti. Tu pod povećalo često dolaze brendovi brze mode čije ekološki osviještene kolekcije brendovi Salt Clothing i Farrah Floyd nazivaju *green washingom*. Time žele reći da se radi o dobrom PR-u iza kojeg zapravo ne stoji održivi proces proizvodnje. Berlinski brend Farrah Floyd osnovala je Hrvatica Bojana Drača koja koristi organske i reciklirane materijale i njeguje *fair trade* proizvodnju, *zero waste* krojenje i emocionalni dizajn. „Zamislite život jednog proizvoda odjeće počevši od koncepta kolekcije, skiciranja, izbora boja i materijala, krojenja, šivanja prototipa, gradiranja, preko proizvod-

ča *all season, limited edition* i/ili *custom made*, a važno mi je i lokalno zapošljavanje ljudi. Isto tako, vodim računa da se odjeća minimalno transportira te šalje u 'zelenom', ekološki prihvatljivom pakiranju, dok bi prodaja trebala biti isključivo online.“ Komadi njenog brenda izrađeni su od organskih vlakana, a upotreba materijala, vode i električne energije tijekom proizvodnje svedena je na minimum. Kupcima iz inozemstva paketi se prevoze do pošte jednom do dva puta mjesečno dok su pakiranja izrađena od recikliranog papira.

„Zelene“ kolekcije brendova brze mode, s druge strane, održive su tek u izboru materijala koji su organski ili reciklirani, no, kao što piše i Tansy E. Hoskins u knjizi „Zašiveno do bola“ koja je 2015. prevedena i na hrvatski jezik, takvi brendovi nigdje ne spominju kemikalije koje se koriste pri bojenju, čistu vodu koju koriste, a onda ni otpadnu koja ostaje, otpad od krojenja, pakiranja, transporta, kao ni plaće radnika koji ih šivaju.

Da bismo izbjegli lažne eko-komade, važno je uvijek provjeriti etiketu proizvoda, otkrio nam je Zoran Šainović koji stoji iza Lacuna grupe, vlasnice brenda Brokula&Ž koji je jedan od pionira kad su u pitanju eko-materijali te ekološki prihvatljiv proces izradnje u Hrvatskoj. „U većini slučajeva proizvođači tekstila kroz unutarnje i vanjske etikete da se radi o ekološkim materijalima. U zadnje vrijeme brojni brendovi čiji je zaštitni znak ekologija na hang tagovima nude

Zelenija budućnost modne industrije počinje s malim brendovima, a njihov broj nije zanemariv ni na domaćem tržištu. Upoznajte pet brendova koji grade održive modele poslovanja!

Piše: Nives Bošnjak

Zato svake godine 24. travnja počinje Fashion Revolution Week, neprofitni globalni pokret čiji je cilj potaknuti brendove da se okrenu održivijem načinu proizvodnje. Fashion Revolution je prisutan u više od 100 zemalja svijeta, a jedna od njih je i Hrvatska gdje ga zastupa riječka dizajnerica i vlasnica brenda Manufaktura, Višnja Huljev Tudor. „Hrvatska se uključila u pokret Fashion Revolution 2015. i već treću godinu organiziramo događanja tim povodom. Ove godine smo dobili prekrasan prostor u riječkoj luci u kojem ćemo 24. i 25. travnja održavati radionice, panele, predavanja i pro-

nje većih serija, pakiranja, transporta, promocije, prodaje i na kraju nošenja, pranja, peglanja i odlaganja. Lanac proizvodnje izuzetno je dugačak, a uzmite u obzir i da sam tekstil ima svoj lanac proizvodnje (sirovi materijal, pređenje, tkanje, bojenje...)“ - Drača podsjeća na složenost procesa proizvodnje u modnoj industriji i činjenicu svaki od ovih koraka treba zadovoljiti ako želimo proizvod koji s pravom nosi oznaku „eko“. Dizajnerica Ivana Knezović koja stoji iza splitskog eko-brenda Murva izdvaja održivost svakog segmenta u proizvodnji svojih kolekcija. „Sva je moja odje-

i detaljnije pojašnjenje zašto je materijal od kojih je proizvod izrađen ekološki i koji su pozitivni ekološki utjecaji u komparaciji s tradicionalnom proizvodnjom. Čak se četvrtina globalne potrošnje pesticida i insekticida iskoristi pri

