



2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Могућности учења за оптимизацију вештина у примени рециклиране моде ка индустрији која је свесна отпада - WISE FASHION

МОДУЛИ



PRAMMER



Co-funded by
the European Union

Финансирано од стране Европске уније. Изражени ставови и мишљења су искључиво ставови аутора/аутора и не одражавају нужно ставове Европске уније или Извршне агенције за образовање и културу (ЕАСЕА). Ни Европска унија ни ЕАСЕА не могу бити одговорне за њих.

Табела Садржај

МОДУЛИ



01

ТЕМА: Увод у рециклирану моду и
предузетнички начин размишљања и
иновације

Страна 3

02

Основе дизајна за рециклирану модну
страницу

Страна 12

03

Страница о техникама производње,
рециклажи, набавци и снабдевању
рециклираним материјалима

Страна 30

04

Бренд са сврхом: Маркетиншке стратегије за
предузетнике у рециклираној моди

Страна 49

05

Етика рециклиране моде

Страна 71



Могућности учења за
оптимизацију вештина у
примени рециклиране моде
ка индустрији која је свесна

Општина О01-КА220-YOU-000286513

ТЕМА: Увод у рециклирану моду и предузетнички начин размишљања и иновације

Припремио: АСДИТ



PRAMMER

**SRBIJA
U POKRETU**
Mi stvaramo pokretače, ne pokrete
We make movers, not movements



**INKUBATOR
INNOWACJI**



Co-funded by
the European Union

Финансирано од стране Европске уније. Изражени ставови и мишљења су искључиво ставови аутора/аутора и не одражавају нужно ставове Европске уније или Извршне агенције за образовање и културу (ЕАСЕА). Ни Европска унија ни ЕАСЕА не могу бити одговорне за њих.

Увод у рециклирану моду и предузетнички начин размишљања и иновације

1. Увод:

Глобална модна индустрија је један од главних доприноса отпаду и загађењу са својим тренутним форматом. Одговорна је за око 10% глобалне емисије угљеника и 20% отпадних вода. (Niinimäki et al., 2020). Пораст брзе потрошње и брзе моде погоршао је проблеме попут лоших услова рада, прекомерне производње и несташице ресурса. Напротив, рециклирана мода нуди алтернативу овој акцији наглашавањем поновне употребе, рециклирања и циркуларних производних система. У том смислу, рециклирана мода се појављује као комбинација креативних иновација и еколошке одговорности. Она оживљава одбачену одећу и текстил у модерне предмете. Заједно са подизањем свести младих људи и иницијативама младих у одрживој моди, смањују се отпад и подстичу предузетништво на нивоу заједнице. (Chen et al. 2021)

Увод у рециклирану моду и предузетнички начин размишљања и иновације

2. Теоријски оквир

Овај концепт рециклиране моде вуче корене из модела циркуларне економије, који има за циљ минимизирање отпада кроз поправку, поновну употребу и опоравак материјала (Geissdoerfer et al., 2017). Другим речима, то укључује дизајнирање одеће са могућношћу рециклирања и дуготрајношћу коришћењем биоразградивих и рециклираних материјала. (Ellen MacArthur Foundation, 2019). Штавише, предузетнички начин размишљања – дефинисан радознаношћу, отпорношћу, препознавањем прилика и стварањем вредности (Kuratko et al., 2021) – је кључан за спровођење иновативних пракси одрживости. Млади предузетници у рециклираној моди комбинују еколошку етику са тржишном одрживошћу, показујући да профитабилност и еколошка одговорност могу коегзистирати.

Иновација у рециклираној моди такође се заснива на оквиру дизајнерског размишљања (Brown, 2009), наглашавајући емпатију, експериментисање и итеративно решавање проблема. Кроз дизајнерско размишљање, млади могу поново замислити отпадне материјале као креативне ресурсе, трансформишући производе на крају животног века у нове циклусе употребе.

УВОД У РЕЦИКЛИРАНУ МОДУ И ПРЕДУЗЕТНИЧКИ НАЧИН РАЗМИШЉАЊА И ИНОВАЦИЈЕ

3. Историја рециклиране моде

Поновна употреба текстила није нова појава и датира вековима уназад. Историјски гледано, одећа је поправљана, пренамењена или преношена, уместо да се баца. Међутим, због индустријализације и проналаска синтетичких влакана у 20. веку, дошло је до драматичне промене у обрасцима потрошње (Fletcher, 2014). Појава концепта рециклиране моде поклапа се са 1990-им и растом еколошки освештених покрета. За ширење ове праксе морале су се чекати дигиталне платформе и еколошки активизам, што се догодило у 21. веку. Брендови попут Patagonia и Stella McCartney били су пионири у програмима враћања одеће и иновацијама еко-материјала (Pedersen & Andersen, 2015).

Паралелно са овим развојем догађаја, покрети за рециклирање које су предводили млади чешће су се појављивали на друштвеним мрежама, где су мали предузетници трансформисали винтаге или одбачене предмете у модерне, персонализоване креације (Gwilt, 2020).

Према Чену и др. (2021), еволуција рециклиране моде је у складу са принципима циркуларне економије о дуговечности, поправљивости и регенерацији материјала. Данас, рециклирана мода није само креативни покрет, већ поред одрживог економског развоја пружа и локалне могућности запошљавања.

УВОД У РЕЦИКЛИРАНУ МОДУ И ПРЕДУЗЕТНИЧКИ НАЧИН РАЗМИШЉАЊА И ИНОВАЦИЈЕ

4. Иновативни аспекти рециклиране моде

Разумевање иновативне рециклиране моде значи више од опоравка материјала. Оно захтева преиспитивање модела производње и потрошње кроз друштвене, предузетничке и технолошке аспекте.

Иновације материјала: Напредак у хемијској рециклажи сада омогућава одвајање мешавина полиестера или памука и реконституцију у нова влакна (Sandin & Peters, 2018).

- Пословне иновације: Стартапови усвајају моделе изнајмљивања, препродаје или поправке који продужавају животни циклус одеће и смањују прекомерну производњу (Joynes Armstrong et al., 2022).
- Друштвене иновације: Радионице на нивоу локалне заједнице, кафићи за поправку и локалне задруге подстичу учешће заједнице у поновној употреби текстила и циркуларном дизајну (Hirscher & Niinimäki, 2018).

Предузетничке иновације су посебно повезане са младима. Куратко и др. (2021) истичу да праћење предузетничког начина размишљања омогућава младима да изазове одрживости препознају као прилике. Коришћењем креативности и дигиталних алата, млади предузетници могу претворити рециклажу у одрживе микро-послове, истовремено указујући на друштвене и еколошке проблеме.

УВОД У РЕЦИКЛИРАНУ МОДУ И ПРЕДУЗЕТНИЧКИ НАЧИН РАЗМИШЉАЊА И ИНОВАЦИЈЕ

5. Најбоље праксе и студије случаја

У овом одељку, разне локалне и међународне праксе биће дате као примери за анализу интеграције рециклиране моде са предузетништвом и иновацијама.

- **Renewcell (Шведска):** Пионирска компанија која хемијски рециклира памучни отпад у нова целулозна влакна, што је пример циркуларне текстилне иновације (Sandin & Peters, 2018).
- **Патагонијин програм за истрошену одећу:** Подстиче купце да поправљају, препродају или рециклирају своју одећу, усклађујући профитабилност са еколошким вредностима (Pedersen & Andersen, 2015).
- **Женска задруга Мардин Ипекиолу (Турска):** Производи традиционалне ручно рађене сапуне и еколошки прихватљиве текстилне рукотворине, показујући како женске задруге могу спојити културно наслеђе са одрживим предузетништвом (Ünal & Tekin, 2023).
- **Женска задруга Самандаг:** Са седиштем у Хатају, у Турској, ова задруга прерађује материјале на бази ловора и маслина у козметичке и текстилне производе, спајајући еколошку свест са регионалним идентитетом.

Ови случајеви наглашавају да иновације често настају у локалним контекстима где ограничени ресурси инспиришу креативна, одржива решења.

УВОД У РЕЦИКЛИРАНУ МОДУ И ПРЕДУЗЕТНИЧКИ НАЧИН РАЗМИШЉАЊА И ИНОВАЦИЈЕ

6. Активности учења

Сесија од 30 минута интегрише теорију и праксу кроз активно учешће:

- PowerPoint презентација (10 мин):
- Слајдови укључују визуелне приказе података о модном отпаду и одрживим алтернативама. То су PowerPoint верзије овог садржаја и могу се користити у образовне сврхе уз навођење одговарајућих референци.
- Анализа документарних филмова и интервјуа (10 мин):
- Читаоци гледају следећи документарни снимак са предузетницима и дизајнерима који користе рециклирани текстил. Затим разговарају о томе са својим колегама.

Линк до документарца: <https://www.youtube.com/watch?v=7i0QMnz4ExY>

- Такмичење у еколошки прихватљивој гардероби (10 мин):
- Читаоци се изазивају да одрживо организују своју гардеробу, фотографишу поново коришћене или поправљене одевне предмете и објаве их са кратким рефлексијама на друштвеним мрежама. Ова гејмифицирана активност јача личну одговорност и свест.

УВОД У РЕЦИКЛИРАНУ МОДУ И ПРЕДУЗЕТНИЧКИ НАЧИН РАЗМИШЉАЊА И ИНОВАЦИЈЕ

7. Докази о учењу и процени Докази о учењу:

- Способност препознавања одрживих модних пракси и њиховог разликовања од традиционалних приступа.
- Доказана мотивација за еколошки освешћено понашање и куповне одлуке.
- Свест о предузетничким могућностима у рециклираној моди.

Методe процене:

- Кратка сесија питања и одговора и повратних информација на крају часа.
- Евалуација конкурсних радова на основу креативности, одрживости и квалитета рефлексије. - Учесници треба да означе наше званичне канале пројекта на друштвеним мрежама. Победници ће бити објављени на нашој званичној веб страници пројекта.
- Посматрање активног учешћа током модула.

УВОД У РЕЦИКЛИРАНУ МОДУ И ПРЕДУЗЕТНИЧКИ НАЧИН РАЗМИШЉАЊА И ИНОВАЦИЈЕ

Питања са вишеструким избором:

Питање 1:

Који од следећих најбоље описује главни циљ рециклиране моде?
А) Повећати потрошњу брзе моде путем дигиталних платформи Б) Промовисати поновну употребу, рециклажу и циркуларну производњу, уз комбиновање креативности са еколошком одговорношћу Ц) Заменити сва природна влакна синтетичким материјалима Г) Ограничити производњу одеће само на луксузне брендове
Одговор: Б

Питање 2:

Са којим економским моделом је уско повезан концепт рециклиране моде?
А) Линеарна економија Б) Економија дељења Ц) Циркуларна економија Г) Гиг економија
Одговор: Ц

УВОД У РЕЦИКЛИРАНУ МОДУ И ПРЕДУЗЕТНИЧКИ НАЧИН РАЗМИШЉАЊА И ИНОВАЦИЈЕ

Питање 3:

Који од следећих НИЈЕ наведен као иновативни аспект рециклиране моде?

- А) Материјалне иновације (нпр. хемијска рециклажа мешавина влакана) Б) Пословне иновације (нпр. модели изнајмљивања и препродаје) Ц) Социјалне иновације (нпр. кафићи за поправку и задруге) Г) Потпуно укидање све производње текстила

Одговор: Д

Питање 4:

Која изјава тачно одражава историјски развој рециклиране моде?

- А) Рециклирана мода је настала у 18. веку са индустријализацијом Б) Појавила се 1990-их година заједно са еколошки свесним покретима, а рециклирање које су водили млади добија на значају путем друштвених медија Ц) Рециклирање моде постало је могуће тек након проналаска полиестера 1950. године Д) Дигиталне платформе нису имале утицаја у промоцији рециклиране моде

Одговор: Б

Питање 5:

Која од следећих студија случаја илуструје локалну иновацију која комбинује културно наслеђе и одрживост?

- А) Renewcell (Шведска) Б) Патагонијски програм за истрошену одећу Ц) Женска задруга Мардин Ипекиолу (Турска) Д) Брендери брзе моде на глобалним тржиштима

Одговор: Ц

УВОД У РЕЦИКЛИРАНУ МОДУ И ПРЕДУЗЕТНИЧКИ НАЧИН РАЗМИШЉАЊА И ИНОВАЦИЈЕ

8. ЗАКЉУЧАК

Рециклирана мода се налази на пресеку креативности, одрживости и предузетништва. Кроз овај модул, студенти се упознају са основним принципима рециклиране моде, њеним историјским коренима и потенцијалом за иновативне пословне подухвате.

Спајањем критичког размишљања са практичним активностима, ученици не само да стичу теоријска знања већ и развијају еколошки свесно понашање.

Дугорочно гледано, такве образовне иницијативе јачају улогу младих у транзицији ка циркуларној економији. Ово чини „wisdom fashion“ корисним алатом за позитивне еколошке и друштвене промене.

Стога ће у следећем одељку основе рециклиране моде бити детаљније разрађене како би се читаоцима пружиле додатне информације.

Увод у рециклирану моду и предузетнички начин размишљања и иновације

Референце:

- Браун, Т. (2009). *Промена кроз дизајн: Како дизајнерско размишљање трансформише организације и инспирише иновације*. ХарперКолинс.
- Чен, Х., Ли, У. и Жанг, З. (2021). Циркуларна економија и одрживост индустрије одеће и текстила: Критички осврт. *Одрживост*, 13(12), 6560. <https://doi.org/10.3390/su13126560>
- Фондација Елен Макартур. (2019). *Нова текстилна економија: Редизајнирање будућности моде*. Фондација Елен Макартур.
- Флечер, К. (2014). *Одржива мода и текстил: Дизајнерска путовања*. Routledge.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Wocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2017). Циркуларна економија: Нова парадигма одрживости? *Часопис за чистију производњу*, 143, 757–768. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048>
- Gwilt, A. (2020). *Модни дизајн за живот: Одрживе праксе*. Bloomsbury Publishing.
- Хиршер, А.-Л. и Нинимаки, К. (2018). Модни активизам кроз партиципативни дизајн. *Часопис за чистију производњу*, 172, 2518–2527. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.016>
- Џојнер Армстронг, К. М., Нинимаки, К. и Ланг, К. (2022). Улога потрошача у циркуларној моди. *Часопис за маркетинг и менаџмент моде*, 26(4), 546–561. <https://doi.org/10.1108/JFMM-10-2021-0249>
- Курачко, Д. Ф., Фишер, Г., Бладгуд, Ј. и Хорнсби, Ј. С. (2021). Предузетнички начин размишљања: Преглед четврт века и агенда за будућа истраживања. *Часопис за менаџмент малог бизниса*, 59(1), 1–27. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1844493>
- Нинимаки, К., Питерс, Г., Далбо, Х., Пери, П., Русанен, Т., и Гвилт, А. (2020). Еколошка цена брзе моде. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189–200. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Педерсен, Е. Р. Г., и Андерсен, К. Р. (2015). Иноватори одрживости и они који вуку сидра: Истраживање иновација колаборативног пословног модела у модној индустрији. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 731–749. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2451-8>
- Сандин, Г. и Питерс, Г. (2018). Утицај поновне употребе и рециклаже текстила на животну средину: Преглед. *Часопис за чистију производњу*, 184, 353–365. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.266>
- Унал, С. и Текин, С. (2023). Женске задруге и одрживо локално предузетништво: Студија случаја из југоисточне Турске. *Часопис за студије социјалне економије*, 15(2), 101–117.



Могућности учења за
оптимизацију вештина у
примени рециклиране моде
ка индустрији која је свесна

Општина О01-КА220-YOU-000286513

ТЕМА: Основе дизајна за рециклирану моду

Припремила општина Алба Јулија (РО)



PRAMMER



Co-funded by
the European Union

Финансирано од стране Европске уније. Изражени ставови и мишљења су искључиво ставови аутора/аутора и не одражавају нужно ставове Европске уније или Извршне агенције за образовање и културу (ЕАСЕА). Ни Европска унија ни ЕАСЕА не могу бити одговорне за њих.

1.1 Кратак увод

Модерна модна индустрија је глобално предузеће вредно више милијарди долара које обухвата све, од дизајна и производње до оглашавања и малопродаје. То је сложен систем са четири главна нивоа: производња сировина, производња одеће од стране дизајнера, малопродаја и промоција. Данас технологија игра огромну улогу у индустрији, од рачунарски потпомогнутог дизајна до високотехнолошких тканина са својствима попут упијања влаге и УВ заштите.

Свет моде је такође моћан облик самоизражавања. Као што је рекла модна дизајнерка Кетрин Хамнет, „Одећа ствара средство комуникације без речи које сви разумемо.“ На трендове утиче широк спектар извора, укључујући музику, филмове, познате личности, па чак и улични стил.

Модна индустрија има значајан утицај на животну средину. Стварање нове одеће од нуле захтева огромне количине ресурса и ствара много загађења. Производња нових текстила, посебно памука, захтева огромне количине воде. На пример, може бити потребно хиљаде галона воде да би се узгајало довољно памука за само једну мајицу и фармерке.

Ово генерише импресивне количине текстила које се производе из године у годину. Али шта се дешава са текстилом који се не купи на време и постане застарео? Ту долази до изражаја концепт рециклиране моде.

1.1 Кратак увод

Рециклирана мода је пракса стварања нове одеће и додатака од старих, одбачених материјала. То је кључни део веће циркуларне економије, која има за циљ минимизирање отпада и максимално искоришћавање ресурса. Уместо модела „узми-направи-баци“, рециклирана мода промовише приступ „поновно употреби-смањи-рециклирај“. Просечна особа сваке године баца велику количину одеће и текстила. Велики део овог отпада заврши на депонијама, где може бити потребно стотине година да се разгради, ослобађајући штетне гасове стаклене баште у том процесу. Рециклирана мода држи ове предмете подаље од депонија и даје им нови живот.



Поред животне средине, рециклирана мода такође има позитиван утицај на друштво и економију.

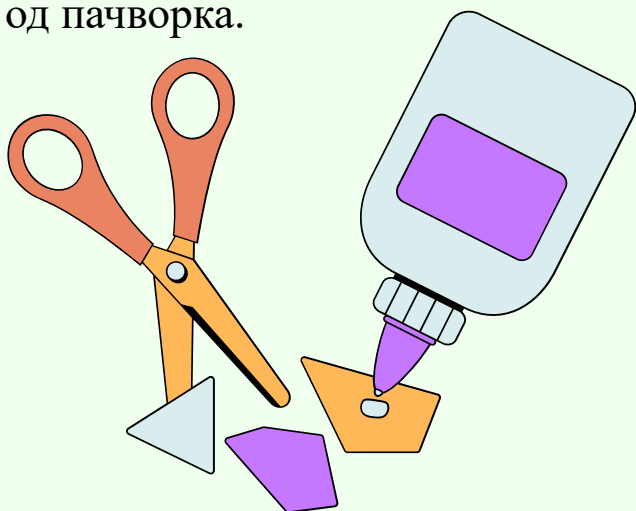
Избором рециклиране или рециклиране моде, потрошачи дају снажну изјаву. Они подржавају етичнији и одрживији начин живота и подстичу модну индустрију у целини да промени своје праксе.

Рециклирана мода није само спајање неколико насумичних комада материјала. То је уметничка форма која комбинује креативност, визију и техничке вештине. У овом модулу ћемо истражити како трансформисати идеју у готов производ који је и леп и издржљив.

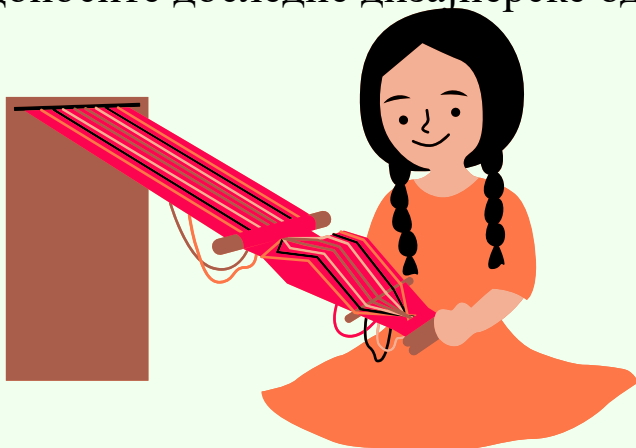


1.2 Креативна визија и естетика

а) Пронађите инспирацију свуда: Рециклирана мода се заснива на способности да видите потенцијал тамо где други виде отпад. Црпите инспирацију из текстура, боја и облика материјала које имате на располагању. Стари вунени капут може постати кратка јакна, или колекција старих мајица може се трансформисати у ћебе од пачворка.

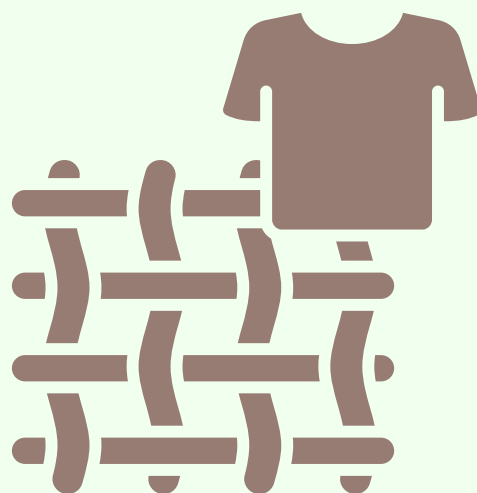
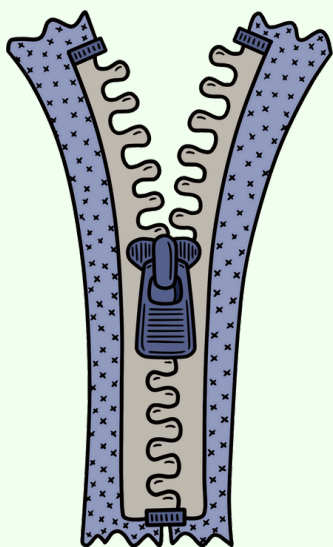


б) Дефинишите причу: Сваки одевни предмет који креирате може испричати причу. Запитајте се: „Одакле долази овај материјал?“ или „Какав стил желим да постигнем?“ Јасна визија ће вам помоћи да донесите доследне дизајнерске одлуке.



1.3 Издржљив дизајн и функционалност

а) Квалитет шавова: Успешан дизајн није само визуелно привлачан; он је и отпоран. Користите јаке и издржљиве шавове како бисте осигурали да ће готов производ трајати. Изаберите шавове попут двоструког или цик-цак шавова на подручјима са високим оптерећењем, као што су бочни шавови. Поновна употреба постојећих елемената: Основни принцип трајног дизајна је да максимално искористите оно што већ имате. Задржите оригинална дугмад, рајсфершлусе, цепове и манжетне. Они могу додати занимљиве детаље и смањити отпад.



ц) Свестраност: Направите комаде одеће који се могу носити на више начина. Хаљина која се може носити и као сукња или сако са обе стране додаје вредност и подстиче дужу коришћење.

Комбиновањем ових принципа, моћи ћете да креирате рециклиране модне комаде који су не само еколошки прихватљиви, већ и оригинални, издржљиви и имају личну естетику.

Лако доступни материјали: Набавка и евалуација

2.1 Набавка материјала

Где пронаћи материјале за ваше рециклиране модне пројекте?

- **Лични плакари:** Најлакше је почети код куће. Старе мајице, фармерке или чак ћебад која се више не користе могу се поново употребити.
- **Породица и пријатељи:** Забаван начин за набавку материјала је организовање размене одеће или једноставно тражење нежељених предмета од породице и пријатеља.
- **Продавнице половне робе или бутици половне робе:** Бувље пијаце или продавнице половне робе су одлични извори где можете пронаћи квалитетне материјале по ниској цени.



Лако доступни материјали: Набавка и евалуација

2.2 Процена материјала

Када пронађете потенцијални одевни предмет, кључно је да процените његову погодност за ваш пројекат. Ово спречава губљење времена и труда на оштећеним или неупотребљивим материјалима.

Састав тканине: Природна влакна

Природна влакна се добијају директно из живих организама, било биљака или животиња. Она су најстарија врста текстила и користе се хиљадама година. Цењена су због своје удобности, прозирности и одрживости.



Порекло: Биљке (на бази целулозе) или животиње (на бази протеина).

Примери:

- На бази биљака:
 - Памук, лан, конопља.
- Животињског порекла:
 - Вуна, свила, кашмир.

Кључне карактеристике:

- **Биоразградиво:** Временом се природно разграђују.
- **Прозрачне:** Њихова порозна структура омогућава циркулацију ваздуха, што их чини удобним за ношење.
- **Упијајући:** Упијају влагу (као зној), што може бити добро за пешкире, али такође значи да им је потребно дуже да се осуше.
- **Обновљиви:** Долазе из извора који се могу поново узгајати или узгајати.

Лако доступни материјали: Набавка и евалуација

2.2 Процена материјала

Састав тканине: Синтетичка влакна

Синтетичка влакна су вештачка, направљена хемијским поступком, првенствено коришћењем полимера на бази нафте. Развијена су да буду издржљивија, приступачнија и свестранија од својих природних пандана.

Порекло: Нуспроизводи од нафте и друге хемикалије.

Примери:

- Полиестер, најлон, акрил, спандекс



Кључне карактеристике:

- **Неразградиви:** Не разграђују се и могу стајати на депонијама стотинама година.
- **Водоотпорни:** Одбијају воду, што их чини популарним за спортску одећу и горњу одећу.
- **Издржљиви:** Веома су јаки, отпорни на боре и мање је вероватно да ће се скупити или поцепати.
- **Ослобађају се микропластике:** Са сваким прањем ослобађају се сићушна пластична влакна која загађују наше водене токове и океане.

2.2 Процена материјала

Табела поређења

Feature	Natural Fibers	Synthetic Fibers
Origin	Plants or Animals	Petroleum-based chemicals
Breathability	High (very breathable)	Low (can feel "stuffy")
Absorbency	High (absorbs moisture)	Low (repels moisture)
Durability	Varies (can be less durable)	High (resistant to tears, wrinkles)
Environmental Impact	Generally biodegradable	Non-biodegradable, sheds microplastics
Cost	Often more expensive to produce	Generally cheaper to produce



У контексту рециклиране моде, разумевање ове разлике је кључно. Рециклирање природних влакана је често добар избор јер их је лакше фарбати и обрађивати, док је поновна употреба синтетичких влакана одличан начин да се спречи да заврше на депонији и загађују животну средину вековима. Природна влакна су генерално лакша за обраду, посебно за бојење и одређене технике шивења.



Лако доступни материјали: Набавка и евалуација

2.2 Процена материјала

Стање:

Спровођење темељне провере одеће је кључни корак како бисте осигурали успех вашег пројекта рециклирања. Ево водича корак по корак о томе како да прегледате одећу и пронађете веће недостатке.

Потпуно визуелно скенирање. Почните тако што ћете одећу потпуно визуелно прегледати, и изнутра и споља. Најбоље је то урадити при добром осветљењу, јер су неки недостаци видљиви само на природном светлу.

- **Предња и задња страна:** Потражите велике, очигледне мрље на предњој, задњој страни и свим видљивим деловима одеће.
- **Подручја која се јако хабају:** Обратите пажњу на подручја која су изложена великом трењу и стресу, као што су пазуси, крагне, колена и манжетне. То су уобичајена места за промену боје, истањивање тканине и појаву пилинга (мале куглице влакана које се формирају

Провера тканине и шавова. Овде опипавате материјал и на површини). Прегледате конструкцију. Окрените одећу наопачке да бисте

- **Процепања и рупе:** Опинајте да ли има процепања и рупа, посебно дуж шавова. Нежно повуците шавове да бисте пронашли скривене мрље, процепања или знаке лошег квалитета са унутрашње стране. Лабав шав се лако може поправити, али велики расцеп на средини тканине може бити тешко поправити и може учинити комад неупотребљивим.

Лако доступни материјали: Набавка и евалуација

2.2 Процена материјала

Стање:

- Прекомерно хабање: Протрљајте тканину међу прстима. Да ли вам се чини танка или крхка? То је знак прекомерног хабања. Иако се неколико малих мрља може уклонити, широко распрострањено мрље могу указивати на то да је тканина на крају свог животног века.
- Истежање: Проверите еластична подручја попут појаса и манжетни. Истегните ластич и видите да ли се враћа у првобитни облик. Ако остане растегнут, ластич је „мртав“ и потребно га је заменити.

Лако доступни материјали: Набавка и евалуација

2.2 Процена материјала

Стање:

Провера хардвера и детаља. Не заборавите да прегледате све мале компоненте које чине одећу функционалном.

- **Рајсфершлуси:** Тестирајте сваки рајсфершлус. Уверите се да глатко клизи и да се не заглављује. Покварени рајсфершлус је изводљива поправка, али је то додатни корак и трошак који треба узети у обзир.
- **Дугмад и копче:** Проверите да ли су сва дугмад присутна и добро причвршћена. Потражите лабаве конце или недостајуће копче.



Тест мириса. На крају, брзо проверите мирисање одеће. Јак, дуготрајан мирис - попут дима или буђи - често је знак да је одевни предмет неправилно складиштен и мирис је можда немогуће уклонити, чак ни прањем.

Пратећи ову контролну листу, можете са сигурношћу проценити одевни предмет и одлучити да ли је то вредно

„благо“ које вреди трансформисати.

3.2 Једноставне идеје за рециклажу за почетнике

Сада када имате материјале, ево неколико једноставних пројеката за почетак.

- **Од мајице до торбе (без шивења):**
 - Одсеците рукаве са велике мајице.
 - Одсеците крагну да бисте направили шири отвор.
 - Исеците доњи део мајице на траке и завежите предњу и задњу траку заједно да бисте направили чврсто дно. Сада имате једноставну торбу.
- **Од старих фармерки до кратких панталона:**
 - Одсеците ногавице са старих фармерки на жељену дужину.
 - Да бисте добили класичан излизани изглед, једноставно их баците у машину за прање веша.
- **Џемпер за јастучницу:**
 - Исеците џемпер у квадрат или правоугаоник, остављајући руб на дну за једну од страна.
 - Спојите стране заједно, остављајући један крај отвореним.
 - Напуните јастуком или старим остацима тканине. Зашијте последњу страну.
- **Остаци тканине за гумице за косу:**
 - Исеците траку тканине.
 - Спојите дуге крајеве заједно да бисте формирали цев.
 - Провуците комад еластичне траке кроз цев и завежите крајеве еластичне траке.
 - Зашијте отворене крајеве тканине заједно.



Деконструкција и једноставне идеје за рециклажу

3.2 Једноставне идеје за рециклажу за почетнике

Рециклирана мода је трансформативан и креативан процес који поново осмишљава одбачене материјале, претварајући их у јединствене и вредне нове комаде. То иде даље од пуне поновне употребе старе одеће; ради се о томе да се види скривени потенцијал унутар наизглед истрошеног предмета и да му се да нова намена.

Овај приступ не само да смањује отпад и минимизира утицај текстилне индустрије на животну средину, већ и слави оригиналност и сналажљивост.



Деконструкцијом и пренаменом старих одевних предмета можемо откључати бескрајан извор материјала, било да се ради о претварању гломазног вуненог џемпера у удобан шал или трансформацији старих фармерки у стилску торбу. Ова пракса је снажна изјава, која доказује да уз креативност и пажњу можемо створити нешто лепо и

МОДЕРНО ОД ПРОШЛОСТИ.

4.1. Изван материјала

Научили смо како да пронађемо и деконструишемо материјале. Сада ћемо се фокусирати на два кључна принципа која рециклиране материјале претварају у успешан одевни предмет: издржљив дизајн и креативна визија. Није довољно само нешто закрпити; истински рециклирани комад треба да буде довољно јак да траје и довољно леп да се цени.

4.2. Принципи трајног дизајна

Изддржљив дизајн је пракса стварања производа који је направљен да траје. За рециклирану моду, то значи да ће ваше креације издржати тест времена, испуњавајући основни циљ одрживости.

- **Ојачајте најслабије тачке:** Обратите посебну пажњу на подручја која су највише изложена напрезању, као што су шавови, рупице за дугмад и џепови.
- **Изаберите праве шавове:** Користите јаке шавове који се неће лако распетљати. На пример, задњи шав је много сигурнији од једноставног покретног шава. За порубове, скривени шав може створити чист и издржљив завршни слој.
- **Размислите о будућности тканине:** Ако спајате дебелу тканину са танком, јака тканина може да поцепна слабију. Планирајте свој дизајн тако да користите компатибилне материјале или да ојачате слабију тканину.



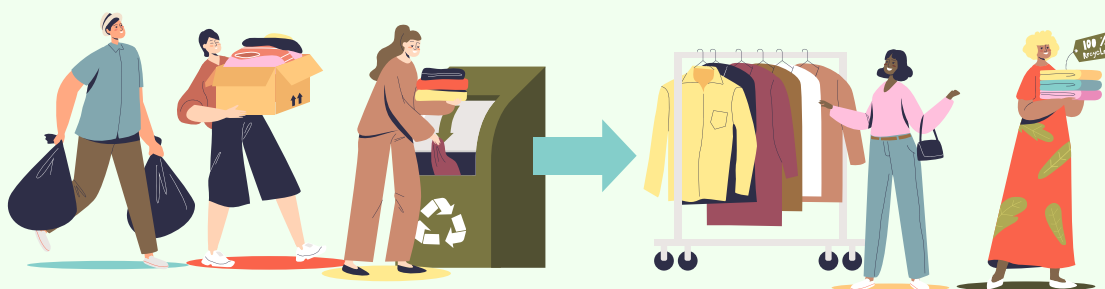
Издржљив дизајн и креативна визија

4.3. Неговање ваше креативне визије

Ово је уметнички део процеса. Ваша креативна визија је оно што чини комад заиста јединственим. Ради се о трансформацији једноставног предмета у нешто са новим идентитетом.

- Пронађите своју инспирацију: Погледајте даље од саме моде. Пронађите инспирацију у уметности, природи, архитектури или чак историјским периодима.
- Испричајте причу: Размислите о пореклу вашег материјала. Да ли избледели тексас може да исприча причу о омиљеном пару фармерки? Ова наратија може да вас води у избору дизајна.
- Скицирајте и експериментишите: Не бојте се да скицирате

4.4. Комбиновање издржљивости и креативности са драпирањем
 Најбољи рециклирани комади су савршен елеј оба принципа. Она природно поврћа, ваша креативна визија може вас водити ка дизајну који је истовремено и издржљив. На пример, јединствени дизајн закрпа може послужити и за ојачавање слабог места, или декоративни оверлок шав може ојачати шав. Ова два концепта нису одвојена, већ су две половине целине.



Утицај текстилне индустрије и циркуларна економија

- Фондација Елен Макартур. (2021). Нова текстилна економија: Редизајнирање будућности моде
<https://content.ellenmacarthurfoundation.org/m/6d5071bb8a5f05a2/original/A-New-Textiles-Economy-Redesigning-fashions-future.pdf>
- Европска агенција за животну средину (ЕЕА) / Евростат
<https://www.eea.europa.eu/en>
- Економска комисија Уједињених нација за Европу (UNECE)
Мода и циљеви одрживог развоја: Каква је улога УН?
<https://sepiastories.in/recycled-fashion/>
- [хттпс://www.сeнрeвe.цoм/блoгc/тхe-хaндлe/рeцицлeд-фaшeиoн-гуидe?срслтид=АфмБOopJл7ИКСКмхРСЕВJмBc5цвгиB8лвAeBКГмПjуA8улпцeКJррqП-3](https://www.сeнрeвe.цoм/блoгc/тхe-хaндлe/рeцицлeд-фaшeиoн-гуидe?срслтид=АфмБOopJл7ИКСКмхРСЕВJмBc5цвгиB8лвAeBКГмПjуA8улпцeКJррqП-3)

Набавка и материјали

- [хттпс://техтилеексцхангe.org/апп/уploадc/2021/07/2019_МЦИ_Рeсyлтc-Гyидe.пдф](https://техтилеексцхангe.org/апп/уploадc/2021/07/2019_МЦИ_Рeсyлтc-Гyидe.пдф)
- [хттпс://www.абоутфарфeтч.цoм/мeдиa/1677/фарфeтч-х-нгг_мaтeријaл-сoуринг-гуидe_лр-цoмпрeсeд_лр.пдф](https://www.абоутфарфeтч.цoм/мeдиa/1677/фарфeтч-х-нгг_мaтeријaл-сoуринг-гуидe_лр-цoмпрeсeд_лр.пдф)
- [хттпс://хoвтoхигг.цaсцaлe.org/хигг-индeх-тoолc/хигг-прoдyцт-тoолc/хигг-мcи/дивe-дeep/мcи-гуидaнс-aнд-дeфинишн/мaтeријaл-цaтeгoриeс/](https://хoвтoхигг.цaсцaлe.org/хигг-индeх-тoолc/хигг-прoдyцт-тoолc/хигг-мcи/дивe-дeep/мcи-гуидaнс-aнд-дeфинишн/мaтeријaл-цaтeгoриeс/)

Издржљив дизајн и рециклажа

- Зеро Васте модни дизајн Тима Рисанена
- Аус, Р., Мура, Х., Вихма, М. и др. Дизајнирање за циркуларну моду: интегрисање рециклаже у конвенционалне процесе производње одеће. *Fash Text* 8, 34 (2021) <https://rdcu.be/eO9rf>
- [хттпс://пицвисa.цoм/тeкcтилe-упцицлинг/](https://пицвисa.цoм/тeкcтилe-упцицлинг/)



Могућности учења за
оптимизацију вештина у
примени рециклиране моде
ка индустрији која је свесна

33

Обида 001-КА220-YOU-000286513

Технике производње,
рециклирање, набавка
и снабдевање
рециклираним
материјалима

Припремио ПРАМЕР (АТ)



PRAMER



Финансирано од стране Европске уније. Изражени ставови и мишљења су искључиво ставови аутора/аутора и не одражавају нужно ставове Европске уније или Извршне агенције за образовање и културу (ЕАСЕА). Ни Европска унија ни ЕАСЕА не могу бити одговорне за њих.

У данашњем свету, модна индустрија се налази на раскрсници, суочавајући се са значајним еколошким и друштвеним изазовима. Као један од највећих глобалних загађивача, мода доприноси исцрпљивању ресурса, загађењу и неетичким радним праксама. Међутим, ова ера такође представља прилику за трансформацију. Одрживе праксе више нису опције, већ су неопходне за будућност индустрије. Овај модул се бави основним стратегијама које могу помоћи у смањењу еколошког отиска модног сектора, фокусирајући се на одговорну производњу, иновативну рециклажу и промишљену набавку рециклираних материјала. Прихватањем ових пракси, индустрија може прећи на циркуларну економију, уравнотежујући профитабилност са еколошком и друштвеном одговорношћу.



2.1 Принципи споре моде

Спора мода представља парадигматску промену у односу на брзу моду за једнократну употребу. Она наглашава промишљен дизајн, етичку производњу и стварање одеће која издржава тест времена. За разлику од брзе моде, која даје предност великим количинама и брзом промету, спора мода заговара квалитет у односу на квантитет. Овај приступ подстиче дизајнере и брендове да се фокусирају на занатство, издржљивост и безвременску естетику, осигуравајући да сваки комад остане релевантан и функционалан годинама.



Концепт локалног снабдевања и производње је кључан за спору моду. Производњом ближе дому, брендови могу значајно смањити свој угљенични отисак, минимизирати емисије из транспорта и подржати локалне економије. Поред тога, спора мода често усваја моделе малих серија или производње по наруџби, што не само да смањује прекомерну производњу већ и боље усклађује производњу са стварном потражњом. Овај свесни приступ подстиче дубљу везу између потрошача и њихове одеће, промовишући културу уважавања и бриге о одећи.

2.2 Производња која ефикасно користи ресурсе

Иновације у производњи су кључне за смањење утицаја модне индустрије на животну средину. Технике које ефикасно користе ресурсе фокусирају се на минимизирање отпада и оптимизацију коришћења материјала, енергије и воде.

Једна таква техника је сечење по шаблонима без отпада, где дизајнери креирају шаблоне који користе сваки центиметар тканине, не остављајући остатке. Ова метода доводи у питање традиционалне процесе дизајнирања, али резултира значајним смањењем текстилног отпада.

Још један револуционаран приступ је дигитално прототипирање. Коришћењем софтвера за 3Д моделирање, дизајнери могу визуализовати и усавршити своје креације виртуелно, смањујући потребу за физичким узорцима. Ово не само да смањује отпад материјала већ и убрзава процес дизајнирања, омогућавајући брже итерације и ефикасније производне циклусе.

Уштеда воде је такође кључни фокус у одрживој производњи. Технологије попут бојења без воде – као што је бојење CO₂ – елиминишу потребу за прекомерном употребом воде и смањују штетно хемијско отицање. Ове иновације не само да чувају виталне ресурсе, већ су и у складу са глобалним напорима за борбу против загађења и климатских промена.

Рециклирање у моди

3.1 Шта је рециклирање?

Рециклирање је трансформативни процес који удахњује нови живот одбаченим материјалима, претварајући их у производе веће вредности и квалитета. За разлику од традиционалног рециклирања – које често разлаже материјале на њихове сирове компоненте – рециклирање чува и побољшава интегритет оригиналног материјала, смањујући отпад на депонијама и штедећи ресурсе.

Овај креативни приступ не само да минимизира утицај на животну средину, већ и подстиче иновације, омогућавајући дизајнерима да креирају јединствене, непоновљиве комаде који причају причу. Прихватањем рециклаже, модна индустрија може прећи са линеарног модела „узми-направи-баци“ на кружни систем који слави одрживост и занатство (McDonough & Braungart, 2002).

Рециклирање у моди је разнолико колико и маштовито. Дизајнери користе разне технике за поновну намену материјала, од којих свака нуди своје естетске и функционалне предности:

- **Деконструкција и поновно састављање:** Ова техника подразумева пажљиво растављање старих одевних предмета и њихово реконструкцију у потпуно нове дизајне. На пример, винтаге тексас јакна може се раставити и прерадити у модеран, кројен прслук, или се колекција истрошених кошуља може трансформисати у хаљину са пачворком. Деконструкција подстиче креативност и изазива дизајнере да виде потенцијал у ономе што би други могли да одбаце.
- **Колажирање текстила:** Комбиновањем различитих тканина, текстура и дезена, дизајнери стварају визуелно упечатљиве колаже који славе разноликост и индивидуалност. Ова метода често резултира смелим, еклектичним комадима који одражавају мешавину културних и историјских утицаја. Колажирање текстила није само одржива пракса већ и облик уметничког изражавања, омогућавајући бескрајно експериментисање са бојом, обликом и формом.

- **Вез и дизајн површине:** Додавање веза, апликација или других украса може побољшати изглед рециклиране одеће, прикрити несавршености и унети нови визуелни интерес. Ове технике могу претворити једноставан, истрошен комад у луксузни, ручно израђен предмет. Дизајн површине такође пружа могућност укључивања културних мотива или личног приповедања у моду, чинећи сваки комад заиста јединственим.
- **Бојење и префарбавање:** Префарбавање је моћан начин освежавања избледелих или мрљавих тканина, дајући им нови живот. Природне боје, посебно, могу додати дубину и богатство текстилу, а истовремено избегавати штетност по животну средину повезану са синтетичким бојама. Ова техника је посебно корисна за стварање кохезивних колекција од неусклађених или обојених материјала.



DECONSTRUCTION



TEXTILE COLLAGING



3.3 Примери

Рециклирање је стекло популарност у модној индустрији, а и нови и етаблирани дизајнери прихватају његове принципе:

- **Марин Сер:** Позната по својим футуристичким, али одрживим дизајнима, Марин Сер укључује рециклиране тканине у своје луксузне колекције. Њени препознатљиви принтови полумесеца често се појављују на прерађеним винтаге материјалима, спајајући високу моду са еколошком свешћу.
- **RE/DONE:** Овај бренд је стекао име трансформишући винтаге Левис фармерке у модерне, стилске моделе. Деконструкцијом и поновним састављањем класичног тексаса, RE/DONE ствара јединствене комаде који се допадају и заговорницима одрживости и потрошачима који прате моду.

4.1 Врсте рециклираног текстила

Модна индустрија се све више окреће рециклираном текстилу као начину смањења отпада и минимизирања утицаја на животну средину. Рециклирани текстил се може грубо поделити у две главне врсте:

- **Постпотрошачки отпад:** То су материјали добијени од производа које су потрошачи већ користили, као што су стара одећа, кућни текстил или додаци. На пример, истрошене фармерке могу се трансформисати у изолацију за зграде или пренаменити у нову тексас одећу. Овај приступ не само да одвраћа отпад од депонија, већ и смањује потражњу за необрађеним ресурсима.
- **Постиндустријски отпад:** Ова категорија обухвата преостале материјале из производних процеса, као што су остаци тканине, остаци пређе или непродате залихе. Многи брендови сада сакупљају ове материјале и поново их користе у новим производима, као што су додаци, тапацирунг или чак потпуно нове линије одеће. Поновном наменом постиндустријског отпада, компаније могу значајно смањити трошкове производње и штету по животну средину.

4.2 Популарни рециклирани материјали

Употреба рециклираних материјала добија на замаху јер брендови настоје да се ускладе са циљевима одрживости и задовоље потражњу потрошача за еколошки прихватљивим производима. Неки од најпопуларнијих рециклираних материјала у моди укључују:

- **Рециклирани памук:** Направљен од текстилног отпада, рециклирани памук се често меша са девственим памуком како би се побољшала издржљивост и мекоћа. Овај материјал помаже у смањењу потрошње воде и употребе хемикалија, што га чини одрживијом алтернативом

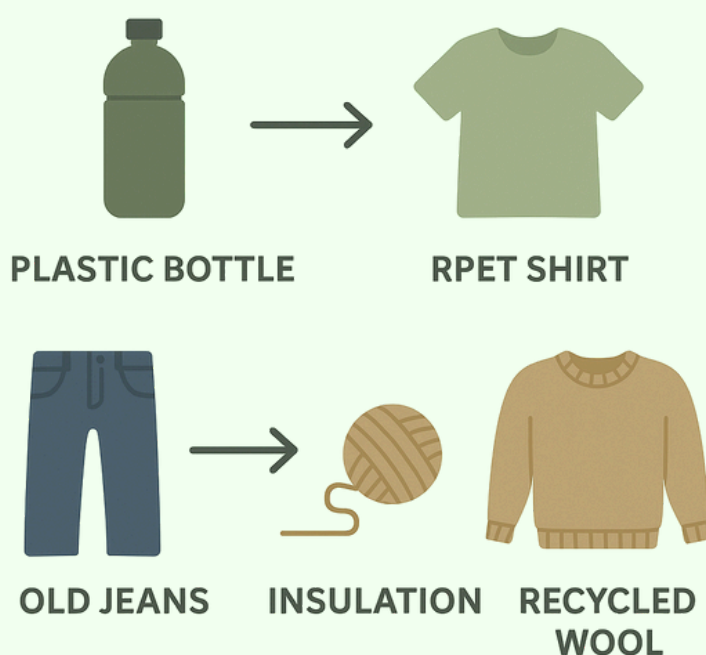
конвенционалном памуку.

Финансирано од стране Европске уније. Изражени ставови и мишљења су, међутим, искључиво ставови и мишљења аутора/аутора и не одражавају нужно ставове Европске уније или Извршне агенције за образовање и културу (ЕАСЕА). Ни Европска унија ни ЕАСЕА не могу бити одговорне за њих.



Co-funded by
the European Union

- Рециклирани полиестер (rPET): Добијен од пластичних боца, rPET је свестран и издржљив материјал који се широко користи у спортској одећи, горњој одећи и додацима. Процес претварања пластичних боца у полиестерска влакна је енергетски ефикасан и значајно смањује загађење пластиком.
- Рециклирана вуна: Стара вунена одећа и остаци из производње се поново прерађују у нове пређе, чувајући природна својства вуне и смањујући отпад. Рециклирана вуна се често користи у плетенини, капутима и ћебадима, нудећи топлину и одрживост.
- Рециклирани најлон: Добијен од одбачених рибарских мрежа и индустријског пластичног отпада, рециклирани најлон се користи у купаћим костимима, чарапама и горњој одећи. Брендови попут ECONYL®-а су пионири у регенерацији најлонског отпада у висококвалитетна влакна, помажући у чишћењу океана и депонија.



Иновације у одрживим материјалима воде модну индустрију ка еколошки свеснијој будућности. Биоматеријали, добијени из обновљивих ресурса, добијају на популарности због свог минималног утицаја на животну средину и јединствених својстава:

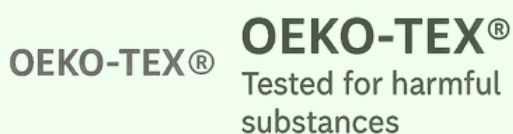
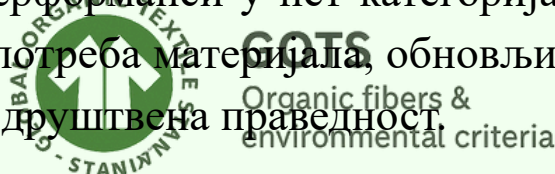
- **Наранџаста влакна:** Направљена од нуспроизвода цитруса, наранџаста влакна су свиленкаста, одржива тканина која се користи у луксузној моди. Овај материјал не само да смањује пољопривредни отпад, већ нуди и алтернативу свили која није окрутна према животињама.
- **Пињатекс:** Направљен од влакана листа ананаса, Пињатекс је неткани текстил који имитира кожу. Лаган је, прозрачан и биоразградив, што га чини идеалним избором за додатке и обућу.



4.4 Сертификати и ознаке

Како потрошачи постају свеснији одрживости, сертификати и етикете играју кључну улогу у провери аутентичности рециклираних и одрживих материјала. Неки од најпризнатијих сертификата укључују:

- Глобални стандард за органски текстил (GOTS): GOTS сертифицикује да су текстили направљени од органских влакана и произведени под еколошки и друштвено одговорним условима.
- Глобални стандард рециклирања (GRS): Ова сертификација осигурава да производи садрже рециклиране материјале и да се цео производни процес придржава строгих еколошких и друштвених критеријума.
- OEKO-TEX®: Глобално призната ознака, OEKO-TEX®, сертифицикује да текстил не садржи штетне материје, што га чини безбедним и за потрошаче и за животну средину.
- Cradle to Cradle Certified®: Ова сертификација процењује производе на основу њихових еколошких и друштвених перформанси у пет категорија: здравље материјала, поновна употреба материјала, обновљива енергија, управљање водама и друштвена праведност.



5.1 Етичке праксе набавке

Етичко снабдевање је у сржи одрживе моде, осигуравајући да се сваки материјал и производ набављају на начин који поштује и људе и животну средину. Овај приступ иде даље од усклађености — он одражава посвећеност друштвеној одговорности и бризи о животној средини.

Транспарентност је кључна, јер брендови морају да успоставе потпуну праћење у свим својим ланцима снабдевања, од вађења сировина до финалне монтаже. Ово не само да оснажује потрошаче да доносе информисане одлуке, већ и држи брендове одговорним за свој утицај.

Пракса фер рада је подједнако важна, а брендови све више сарађују са добављачима који гарантују фер плате, безбедне услове рада и поштовање права радника, често се усклађујући са стандардима које су поставиле организације попут Удружења за фер рад.

Редовне ревизије добављача играју виталну улогу у одржавању ових стандарда, помажући у идентификовању области за побољшање и обезбеђивању дугорочних, етичких партнерстава.

5.2 Локалне и регионалне набавке

Набавка материјала и производња локално или регионално нуди вишеструке користи и за животну средину и за локалну економију:

- Смањени угљенични отисак: Минимизира емисије из транспорта и подстиче регионалне економије.
- Краћи ланци снабдевања: Побољшавају брзину одзива, контролу квалитета и односе са добављачима.
- Очување културе: Сарађује са локалним занатлијама, чувајући

PROCUREMENT DECISION TREE



5.3 Партнерства и сарадње

47

Одржива мода има велике користи од сарадње. Партнерством са рециклажним предузећима, невладиним организацијама, иноваторима материјала, па чак и другим модним брендovima, брендови могу развити системе затворене петље и приступити новим одрживим ресурсима:

- Компаније за рециклажу и управљање отпадом: Партнерства са организацијама специјализованим за рециклажу текстила могу помоћи брендovima да отпад претворе у нове материјале.
- Невладине организације и индустријске иницијативе: Организације попут Fashion for Good и Sustainable Apparel Coalition пружају платформе брендovima за размену знања, приступ финансирању и усвајање најбољих пракси у одрживости.
- Иноватори у области материјала: Сарадња са стартап компанијама и истраживачким институцијама усмереним на одрживе материјале може брендovima омогућити приступ

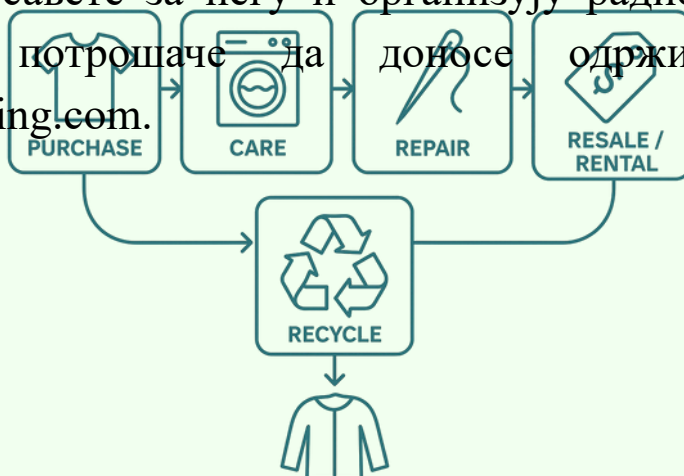
Интеграција циркуларности у модне системе

6.1 Системи затворене петље

Системи затворене петље редефинишу моду тако што материјале чувају у употреби што је дуже могуће, драстично смањујући потрошњу отпада и ресурса. Овај приступ се ослања на дизајн за растављање, где се одећа креира тако да се лако раставља, омогућавајући поновну употребу или рециклажу материјала. Брендови такође спроводе шеме враћања робе, подстичући потрошаче да врате истрошене предмете на поправку, препродају или рециклажу. Поред тога, технологије за опоравак материјала, као што је рециклажа „vlakно по vlakно“, омогућавају трансформацију старог текстила у нове, висококвалитетне тканине, додатно затварајући петљу и минимизирајући утицај на

Продужење животног циклуса модних производа је неопходно за смањење отпада и промоцију одрживости. Стратегије за постизање овога укључују:

- Услуге поправке: Брендери нуде услуге поправке како би подстакли потрошаче да поправљају и одржавају своју одећу уместо да је бацају.
- Модели препродаје и изнајмљивања: Пораст платформи за препродају попут ThredUp и The RealReal, као и услуга изнајмљивања попут Rent the Runway, олакшава потрошачима приступ моди без њеног потпуног поседовања. Ови модели одржавају производе у оптицају и смањују потражњу за новим артиклима.
- Едукација потрошача: Едукација потрошача о праксама одрживе неге – као што су прање одеће на нижим температурама, сушење на ваздуху и правилно складиштење – може значајно продужити век трајања одеће. Брендери све више деле савете за негу и организују радионице како би оснажили потрошаче да доносе одрживије изборе.



7.1 Изазови и могућности

Иако одржива мода нуди огроман потенцијал, она се такође суочава са значајним препрекама. Ограничења материјала остају кључно питање, јер рециклирани и рециклирани материјали често временом доживљавају деградацију квалитета, што отежава одржавање издржљивости и перформанси. Скалабилност је још један изазов, јер рециклирање и циркуларни модели имају тенденцију да захтевају интензиван рад и специјализоване вештине, што ограничава њихову способност да задовоље потражњу масовног тржишта. Поред тога, трошкови су главна препрека, јер одрживи материјали и сертификати често долазе са вишим ценама, што еколошки прихватљиве опције чини мање доступним и за брендове и за потрошаче.

7.2 Прилике

- Иновација: Напредак у био-фабрикацији, дигиталној моди и технологијама рециклаже (нпр. рециклажа од влакана до влакана) ствара одрживе алтернативе и смањује отпад.
- Потражња потрошача: Растућа свест и склоност ка одрживости, посебно међу млађим потрошачима, покрећу раст тржишта за етичку моду.
- Подршка политикама: Прописи попут Стратегије ЕУ за одрживи и циркуларни текстил и индустријске иницијативе (нпр. Пакт о моди) подстичу одговорне праксе и пружају могућности финансирања.
- Сарадња: Партнерства између брендова, рециклера и невладиних организација подстичу заједничка решења, док циркуларни пословни модели (препролаја, изнајмљивање, поправка) стварају нове токове прихода.

Одржива производња, рециклирање и свесно снабдевање су стубови будућности циркуларне моде. Путем ефикасних маркетиншких стратегија, индустрија може да уравнотежи профитабилност са еколошком и друштвеном одговорношћу. Стога ће следеће поглавље истаћи маркетиншке стратегије за предузетнике у рециклираној моди.



- Флечер, К. (2010). Спора мода: Позив за промену система. Модна пракса, 2(2), 259–265.
- Макдоноу, В. и Браунгарт, М. (2002). Од колевке до колевке: Преобликовање начина на који стварамо ствари. Норт Поинт Прес.
- Рисанен, Т. и Меквилан, Х. (2016). Модни дизајн без отпада. Ферчајлд Букс.
- Нинимаки, К., Питерс, Г. М., Далбо, Х., Пери, П., Рисанен, Т. и Гвилт, А. (2020). Еколошка цена брзе моде. Nature Reviews Earth & Environment, 1(4), 189–200.
- WRAP. (2024). Текстил2030: Годишњи извештај о напретку 2023–24. WRAP. <https://wrap.org.uk/resources/report/textiles-2030-annual-progress-report-2023-24> wrap.ngo+1just-style.com+1
- FashionforGood. (2022). Следећа генерација материјала... Од отпада. FashionforGood. https://fashionforgood.com/our_news/the-next-generation-of-materials-from-waste/ fashionforgood.com+2fashionforgood.com+2fashionforgood.com+2

10.1 Кључне публикације и комплети алата

- Фондација Елен Макартур. (2021). Циркуларни пословни модели: Редефинисање раста за просперитетну модну индустрију.
- <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/fashion/overview>
- Глобална модна агенда и BCG. (2017). Пулс модне индустрије.
- <https://globalfashionagenda.org/publications-and-policy/pulse-of-the-industry>
- Текстилна берза. (2023). Извештај о увидима у промену материјала за 2023. годину.
- <https://textileexchange.org> (Идите на „Увиди“ > „Извештаји“).
- Модна револуција. (2024). Индекс транспарентности моде.
- <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/>

10.2 Онлајн платформе и заједнице

- Заједнички циљ – Центар знања за етичке и одрживе модне професионалце.
- Коалиција за одрживу одећу – Алати попут Хиговог индекса за мерење друштвених и еколошких утицаја.
- Текстилна берза – Сертификације, бенчмаркинг материјала и смернице за набавку.
- Клуб циркуларне економије – Глобална мрежа која промовише циркуларне иновације.

10.3 Шаблони и контролне листе (за интерни комплет алата или анексе)

- Платно за дизајн рециклирања – Води стварање нових предмета од отпадних материјала.
- Контролна листа одрживих извора – Критеријуми за процену еколошки освешћених добављача.
- Шаблон за праћење добављача – Прати одакле, како и од кога се материјали набављају.
- Табела за поређење еко-сертификата – Преглед ознака као што су

Речник (одабрани термини)

- Рециклирање – претварање одбачених материјала у производе веће вредности.
- Циркуларна економија – Модел усмерен на елиминисање отпада кроз поновну употребу, поправку и рециклажу.
- Следљивост – Способност да се провери историја и пут производа или материјала.
- GOTS (Глобални стандард за органски текстил) – Водећи стандард за сертификацију органских влакана.
- Систем затворене петље – Систем у коме се отпад рециклира неограничено, минимизирајући губитак ресурса.



Могућности учења за
оптимизацију вештина у
примени рециклиране моде
ка индустрији која је свесна

54

Обида
2024-2025 RO01-KA220-YOU-000286513

Бренд са сврхом: Маркетиншке стратегије за предузетнике у рециклираној моди

Припремио: Србија у покрету



PRAMMER



Финансирано од стране Европске уније. Изражени ставови и мишљења су искључиво ставови аутора/аутора и не одражавају нужно ставове Европске уније или Извршне агенције за образовање и културу (ЕАСЕА). Ни Европска унија ни ЕАСЕА не могу бити одговорне за њих.

Маркетинг и брендирање, пословно планирање и финансијски менаџмент за рециклирану моду

1. Увод: Зашто је брендирање важно у рециклираној моди?

У ери климатских промена, прекомерне потрошње и загађења, модна индустрија је један од највећих загађивача на свету. Сваке године милиони тона одеће заврше на депонијама, док се огромне количине воде, енергије и сировина користе за производњу новог текстила. Резултат је циклус који штети и планети и људима.

У овом контексту, рециклирана мода више није само пролазни тренд – то је нужност. Она представља помак ка циркуларној економији, где се отпад трансформише у ресурсе, а одећа је дизајнирана да траје. Међутим, да би рециклирана мода заиста допрла до широке публике и утицала на понашање потрошача, брендирање игра кључну улогу.



2. Шта је бренд?

Брендирање је више од логотипа.

Брендирање се често погрешно схвата само као име или лого. У стварности, бренд је много више:



То је осећај који људи имају када виде ваш производ, чују ваше име или прочитају вашу поруку.

То је твој идентитет, али и твоје обећање.

Он комуницира не само оно што продајете, већ и у шта верујете.

У рециклираној моди, ова разлика је још важнија. Одрживи бренд мора да комуницира и стил и сврху. Људи данас не купују само одећу – купују вредности, уверења и осећај припадности.

Ваш бренд мора јасно да каже:

„Бринемо о планети. Мењамо систем.“

3. Причање ваше приче: срж бренда вођеног сврхом

Приче о успеху: Како учити од лидера

Веја – Одрживе патике са мисијом

Веја је бренд који производи патике од рециклираних и органских материјала. Његова снага лежи у транспарентности и вредностима. Купци не купују само ципеле – они купују искреност, одрживост и покрет за боље праксе.

Патагонија – пионир у рециклираној моди



Патагонија, основана 1973. године, постала је глобални симбол одговорне моде. Много пре него што је одрживост постала популарна, бренд је већ експериментисао са рециклираним материјалима.

Рециклирани материјали: Од 1993. године користе рециклиране пластичне боце за израду флис јакни.

Програм „Истрошена одећа“: Подстиче поправку, поновну употребу и рециклажу одеће, уместо бескрајне потрошње.

Активизам: Патагонија улаже део свог профита у еколошке циљеве, отворено користећи свој глас да се бори за планету.

Транспарентност: Купци тачно знају одакле долазе материјали и ко производи одећу.

Резултат? Поверење купаца, снажна продаја и глобални покрет. Патагонија доказује да брендирање на одржив начин није само маркетинг – то је акција.

4. Идентитет бренда у акцији: Име, лого, боје и слоган.

Студија случаја: Wise Fashion Wise Fashion је концептуални бренд изграђен око свесне и одговорне моде – одеће која штити, а не штети планети. Његов идентитет комбинује естетику, одрживост и јасну поруку: мода може бити и лепа и мудар избор.



Боје: Доминантна зелена симболизује природу, свежину и поверење. Минималистички дизајн боја појачава став „мање је више“.

Лого: Форма одеће (занатство) комбинована са листом (природа). Ова равнотежа комуницира и стил и екологију.

Порука: Мудра мода није само одећа. То је покрет ка свесним изборима и бољој будућности.

5. Избор правог медија за промоцију: Где и како промовисати свој бренд.

Друштвене мреже су један од најмоћнијих – и исплативијих – алата за одрживе брендове. Стратегија треба да се фокусира на образовање, инспирацију и ангажовање:

Образовни садржај: Објаве о утицају моде на животну средину, предностима рециклиране моде и практични савети попут „Како продужити век трајања ваше одеће“.

Инспиративно приповедање: Прикажите пут од рециклираних материјала до готовог дизајна. Користите видео записе, филмове и визуелне приказе који истичу и лепоту и одговорност.

Ангажовање заједнице: Користите анкете, изазове и сесије питања и одговора да бисте подстакли дијалог и изградили лојалност.

На Фејсбуку се фокусирајте на изградњу група и дељење дужих објава са еколошком тематиком.

На Инстаграму, дајте предност јаким визуелним елементима, видео записима о процесу рециклаже и садржају који генеришу корисници (UGC). Хаштагови попут #WearTheChange и #SustainableStyle помажу у достизању шире публике.

6. Ефикасне маркетиншке стратегије са ниским буџетом.

За нове одрживе брендове, изградња свести не захтева огроман буџет. Оно што је потребно је креативност, аутентичност и доследност.

1. Приповедање као алат за брендирање Поделите одакле материјал долази, како је рециклиран и ко га је направио. Људи се повезују са причама, не само са производима.
2. Друштвене мреже као главни канал Користите бесплатну органску промоцију путем визуелних материјала: кратких видео записа, трансформација рециклаже „пре/после“ и клипова иза кулиса.
3. Кориснички генерисан садржај (UGC) Подстакните купце да деле фотографије са брендираним хаштаговима. Ово гради поверење и заједницу без икаквих трошкова.

4. Микро-инфлуенсери и еко амбасадори Удружите се са малим, али ангажованим инфлуенсерима (500–5.000 пратилаца) којима је истински стало до одрживости. Њихова аутентичност гради кредибилитет.

5. Образовање као вредност бренда Делите бесплатне ресурсе попут мини-водича („5 начина да ваша одећа дуже траје“). Ово позиционира ваш бренд као одговоран и стручан

6. Минималистички визуелни идентитет Држите се једноставних, препознатљивих визуелних елемената – чисте типографије, зелених тонова и еколошки инспирисаних икона. Ово ствара доследност на свим платформама.

7. Заједница, не само купци. Организујте питања и одговоре уживо, радионице или размене одеће. Позиционирајте свој бренд као покрет, а не само као посао.

7. Циљање публике: За кога дизајнирате?

Циљна публика за рециклирану и одрживу моду превазилази традиционалне купце одеће. То су свесни потрошачи који:

1. Брину о свом утицају на животну средину.
2. Изаберите квалитет уместо квантитета.
3. Подржавајте поштене, транспарентне и одговорне брендове.

4. Цените естетику у комбинацији са етиком.

Дизајнирање за ову публику значи стварање бренда који је више од одеће – то је начин живота и изјава о вредностима.

8. Кључне закључке и следећи кораци

Сада када су темељи брендирања и промоције јасни, поставља се питање: Како напредовати и претворити идеје у стварност? Ево препоручених следећих корака за свакога ко жели да покрене или развије бренд рециклиране моде:

1. Дефинишите своје основне вредности и мисију

Запишите шта ваш бренд представља. Одлучите да ли ће ваш фокус бити на рециклажи, рециклажи, циркуларној економији или комбинацији.

Направите изјаву о мисији која се може саопштити у једној реченици (нпр. „Мода која даје отпаду други живот“).

2. Почните полако, тестирајте и учите

Развијте малу прву колекцију или чак капсул линију користећи рециклиране материјале. Тестирајте своје производе са малом групом купаца, прикупите повратне информације и усавршите своје дизајне. Запамтите: квалитет и приповедање су на почетку важнији од квантитета.

3. Изградите снажно онлајн присуство

Поставите једноставан, али професионалан веб-сајт или онлајн продавницу. Користите Инстаграм и Фејсбук да представите своју причу и изградите своју прву заједницу. Објављујте доследно, чак и ако је то само једном или два пута недељно, да бисте остали видљиви.

4. Створите партнерства

Сарађујте са локалним занатлијама, организацијама за рециклажу или еколошким продавницама.

Сарађујте са микро-инфлуенсерима који искрено деле ваше вредности.

Ова партнерства проширују ваш досег без великих трошкова.

5. Измерите свој утицај

Пратите колико отпада рециклирате или колико одевних предмета спасавате са депонија. Поделите ове резултате са својом публиком — бројке додају кредибилитет и уливају поверење.

5. Измерите свој утицај

Пратите колико отпада рециклирате или колико одевних предмета спасавате са депонија. Поделите ове резултате са својом публиком — бројке додају кредибилитет и уливају поверење.

6. Планирајте раст

Када стекнете лојалну заједницу, размислите о проширењу: нове колекције, поп-ап продавнице или сарадње. Останите верни својој мисији док растете. Купци ће вас пратити ако осете да ваша аутентичност остаје непромењена.

Тест самопроцене

1. Зашто је рециклирана мода важна данас?

а) Зато што је увек јефтиније од нове одеће б) Зато што се модни трендови брзо мењају ц) Зато што смањује отпад и штеди ресурсе д) Зато што људи воле ретро стил

(Тачан одговор: ц)

2. Шта бренд рециклиране моде мора да комуницира?

а) Само ниске цене производа б) Само модеран изглед одеће ц) И стил и намена – вредности и брига о планети д) Само оригинални лого

(Тачан одговор: ц)

3. Која је компанија позната по програму „Worn Wear“, који подстиче поправку и поновну употребу одеће?

- а) Зара б) Патагонија ц) Х&М д) Најк

(Тачан одговор: б)

4. Која се стратегија препоручује за промоцију одрживих брендова са малим буџетом?

- а) Скупе ТВ рекламе б) Плаћени огласи у модним часописима
ц) Коришћење приповедања, друштвених медија и микро-инфлуенсера д) Отварање луксузних бутика

(Тачан одговор: ц)

Пословно планирање и финансијски менаџмент за рециклирану моду

Од идеје до акције: Пословно планирање и финансијске основе за предузетнике у рециклираној моди

1. Градивни блокови једноставног пословног плана

Пословни план је путна мапа која идеју претвара у структурирану акцију. У наставку су наведени основни градивни блокови.

2.1 Резиме Шта је то: Сажет преглед пословне идеје, мисије, визије и циљева.

Зашто је то важно: Инвеститори и заинтересоване стране често читају само резиме пре него што одлуче да наставе (Scarborough, 2018).

Активност: Напишите 5–6 реченица које сумирају вашу идеју о рециклираној моди.

2.2 Опис пословања

Шта је то: Детаљно објашњење пословања, његовог правног облика, приче и јединствене вредносне понуде. Релевантност за рециклирану моду: Истиче како пословање доприноси одрживости, смањењу отпада и етичким модним праксама (Fletcher & Tham, 2019).

Активност: Напишите један пасус у којем ћете описати свој бренд и његове јединствене квалитете.

2.3 Пословни модел

Шта је то: Логика начина на који посао ствара, испоручује и бележи вредност (Osterwalder & Pigneur, 2010). За рециклирану моду: Може укључивати продају јединствених рециклираних производа, организовање радионица или нуђење размене одеће на основу претплате.

Активност: Направите дијаграм који приказује ваше пословне улазе, процесе и токове прихода.

2.4 Оперативни план

Шта је то: Како ће посао функционисати свакодневно.

Укључује: Производњу, добављаче, логистику и испоруку (Barringer & Ireland, 2019).

За рециклирану моду: Нагласити еколошки прихватљиву набавку, производњу са мало отпада и зелену амбалажу (Henninger et al., 2016).

Активност: Мапирајте кораке производње од набавке до купца.

2.5 Финансијски план

Шта је то: Бројеви који доказују одрживост пословања.

Укључује: Почетне трошкове, текуће трошкове, цене и прогнозе прихода.

Зашто је важно: Добро финансијско планирање обезбеђује опстанак и раст (Scarborough, 2018). Фокус на рециклирану моду: Цене треба да уравнотеже приступачност са поштеним платама и одрживим набављањем (Niinimäki & Hassi, 2011).

Активност: Израчунајте трошкове једног производа и одредите продајну цену.а)



3. Кораци у планирању буџета

1. Процените обим производње

Одлучите колико производа желите да правите и продајете сваког месеца.

Пример: 20 рециклираних тексас јакни.

2. Наведите своје варијабилне трошкове (трошкове који се мењају са производњом).

- Рециклирани материјали (нпр. половне фармерке: 10 евра по јакни) Рад (шивење: 12 евра по јакни)
- Паковање и достава (нпр. 4 евра по јакни)
- → Варијабилни трошак по јакни = 26 €

3. Израчунајте фиксне трошкове

4. Пронађите укупне трошкове по производу. Поделите фиксне трошкове са бројем производа, а затим додајте варијабилне трошкове.

- Фиксна цена по јакни: $600 \text{ €} \div 20 = 30 \text{ €}$
- Укупна цена по јакни = $26 \text{ €} + 30 \text{ €} = 56 \text{ €}$

5. Одредите цену. Додајте маржу профита. На пример, ако желите маржу од 30%:

$$\text{Продајна цена} = 56 \text{ €} \times 1,3 = 72,80 \text{ €}$$

6. Израчунајте тачку рентабилности
Тачка рентабилности = Фиксни трошкови \div (Продајна цена – Варијабилни трошкови)

- $600 \text{ €} \div (72,80 \text{ €} - 26 \text{ €}) = 600 \text{ €} \div 46,80 \text{ €} = 13 \text{ јакни}$
- \rightarrow Потребно је да продате најмање 13 јакни месечно да бисте покрили трошкове.

Закључак: Потребно је да продате најмање 13 јакни месечно да бисте покрили трошкове

Алати које можете користити

- Табеле (Excel, Google Sheets) – једноставне за прорачуне.
-
- Бесплатне рачуноводствене апликације попут Wave-а или Zoho-а – помажу вам да пратите трошкове и продају.

4. Основе финансијског прогнозирања и дугорочног размишљања

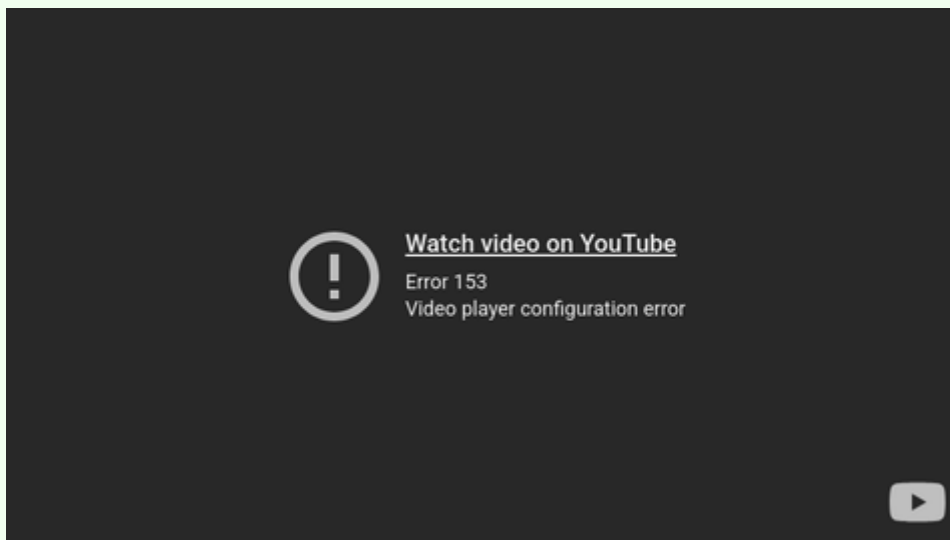
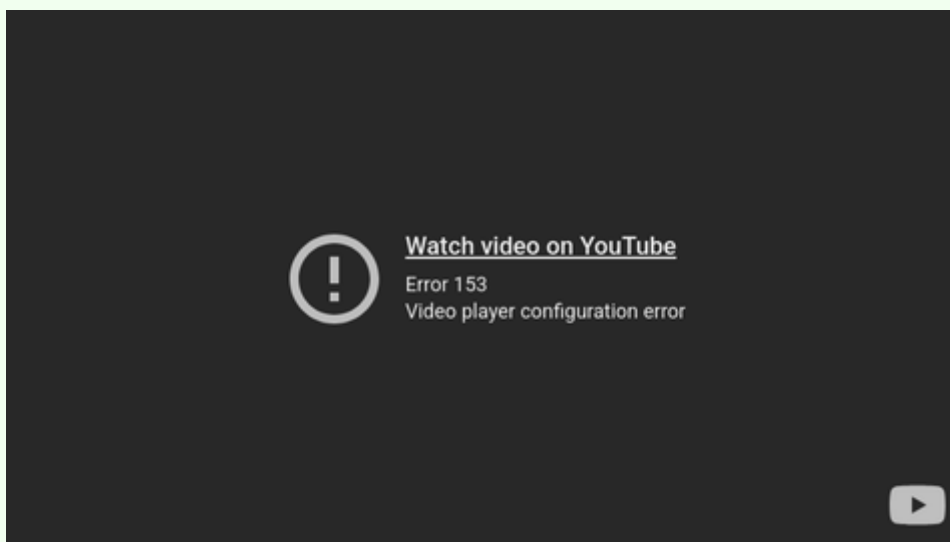


Прогнозирање се односи на предвиђање прихода и расхода током времена. За стартапе, једноставно прогнозирање може да укључује:

1. Анализа тачке рентабилности: Када ће приходи покрити трошкове.
2. Пројекције продаје: Засноване на реалној тржишној потражњи.
3. Прогнозирање новчаног тока: Обезбеђивање ликвидности за исплату добављача и запослених.

За рециклирану моду, прогнозирање такође мора узети у обзир флукуације у понуди (доступност половних материјала) и сезонску потражњу (нпр. празничне распродаје). Дугорочно размишљање подстиче предузетнике да одговорно расту, а да притом одрживост буде у центру пажње (Fletcher & Tham, 2019).

5. Инспиративне приче младих предузетника



5. Тест самопроцене

Питање 1 Која је главна сврха креирања буџета за бизнис рециклиране моде?

- а) Да би импресионирали инвеститоре б) Да би разумели трошкове и контролисали потрошњу ц) Да би повећали порезе д) Да би избегли прављење пословног плана Тачан одговор: б) Да би разумели трошкове и контролисали потрошњу

Питање 2. Ако су фиксни месечни трошкови 500 евра, а варијабилни трошкови по производу 15 евра, колики је укупни трошак производње 10 артикала?

- а) 150 € б) 500 € ц) 650 € д) 350 € Тачан одговор: ц) 650 € (Објашњење: 500 € фиксно + (15 € × 10) променљиво = 650 €)

Питање 3. Ако производња јакне кошта 40 евра и желите маржу профита од 25%, која би требало да буде продајна цена?

а) 45 € б) 50 € ц) 55 € д) 60 € Тачан одговор: б) 50 € (Објашњење: $40 \text{ €} \times 1,25 = 50 \text{ €}$)

Питање 4 Шта значи „тачка рентабилности“?

а) Тренутак када први пут продате артикал б) Број производа које морате продати да бисте покрили све трошкове ц) Износ новца који зарадите након профита д) Време када се ваши трошкови смањују Тачан одговор: б) Број производа које морате продати да бисте покрили све трошкове

Референце:

Барингер, Б. Р. и Ирска, Р. Д. (2019).

Предузетништво: Успех у потпуности покретање нових подухвата
(6. део.) . Пирсон.

Флечер, К. и Там, М. (2019). Мода и

Одрживост: Дизајн за промене. Лоренс Кинг
Објављивање.

Хенингер, Ц. Е., Алевизу, П. Ј. и Говорек, Х. (2016).

Одрживост у моди: Преглед и будући путеви.

Часопис за модни маркетинг и менаџмент, 20 (4),
400 – 416.

Нинимак, К. и Хаси, Л. (2011). Нови дизајн

стратегије у одрживој производњи и потрошњи текстила и моде.
Часопис за чистију производњу,
19 (16), 1876 – 1883.

Остервалдер, А. и Пигнеур, Ј. (2010). Пословни модел

генерација: Приручник за визионаре, играче који мењају игре и изазиваче.
Џон Вајли и синови.

Скарборо, Њу Мексико (2018). Основне ствари

предузетништво и менаџмент малих предузећа (9.
е.) . Пирсони .

Ио у Ту б е . (2 0 2 4) . И н с п и р а т и о н а л с т о р и е с о ф и о у н г

предузетници [видео]. хттпс: // www. you t i b e. com / гледај?

v = 7 i 0 Q M n z 4 E x Y



Етика рециклиране моде

Припремила: Фондација Инкубатор за иновације

Етичка и друштвена разматрања у рециклираној моди

Мода је уткана у ткиво нашег друштва, а прекомерна производња моде не само да има дубоке еколошке импликације већ и покреће специфична етичка и друштвена разматрања.

Успон брзе моде довео је до еколошке неправде, колонијализма отпада и експлоататорских радних пракси у земљама са ниским и средњим приходима. Растућа свест потрошача помаже у промени образаца потрошње и подстицању етичке производње, али без транспарентности, брендови често прибегавају „зеленом вошингу“ како би изгледали еколошки прихватљивије него што заправо јесу. То је штетна пракса јер vara купце да мисле да су направили боље изборе и поткопава поверење у све еколошки освешћене иницијативе.

Рециклирана мода је алтернатива непрекидној производњи нове одеће. Може се јавити у много облика: сецкање старог текстила за испредање новог предива, хемијско разлагање влакана за израду нових, поновна употреба и препродаја предмета (платформе попут Винтеда би биле добар пример), даунсајклинг (трансформација старог текстила у нешто мање вредности, на пример памучне одеће у индустријске крпе) и апсајклинг (креативна трансформација старог текстила у предмете вишег квалитета).

Етичка и друштвена разматрања у рециклираној моди

Праксе рециклиране моде подржавају одговорну потрошњу моде и дистрибуцију вредности кроз локалне економије поправки, што позитивно утиче на животну средину.

Према VCG (1), 80% све одбачене одеће се никада не поново користи или рециклира, већ завршава на депонијама или у спалионицама. Да бисмо ствари ставили у перспективу, 2024. године смо бацили довољно одеће да напуни 200 олимпијских стадиона, поново смо употребили до 12% одеће и рециклирали мање од 1% (1). Зашто је то толико важно? Модна индустрија је одговорна за око 10% глобалних емисија гасова стаклене баште (2). Производња текстила чини 92% (1) тог броја. С обзиром на то да се производња текстила више него удвостручила од 2000. године, рециклирана мода се бави основним проблемом: бескрајном производњом нових тканина.

Извори:

1. Сајде, Р., Мартинез-Пардо, К., Мејер цум Фелде, А., Ланге, Т., Тијери, Е., и Еванс, Е. (12. август 2025). Претварање текстилног отпада у вредност. Бостон Консалтинг Груп. Мода је уткана у ткиво нашег друштва, а прекомерна производња моде не само да има дубоке еколошке импликације већ и покреће специфична етичка и друштвена разматрања.

Етичка и друштвена разматрања у рециклираној моди

Рециклирана мода је алтернатива непрекидној производњи нове одеће. Може се јавити у много облика: сецкање старог текстила за испредање новог предива, хемијско разлагање влакана за израду нових, поновна употреба и препродаја предмета (платформе попут Винтеда би биле добар пример), даунсајклинг (трансформација старог текстила у нешто мање вредности, на пример памучне одеће у индустријске крпе) и апсајклинг (креативна трансформација старог текстила у предмете вишег квалитета).

2. Оквирна конвенција Уједињених нација о климатским променама. (6. септембар 2018). УН помаже модној индустрији да пређе на нискоугљенични режим.

Мода је уткана у ткиво нашег друштва, а прекомерна производња моде не само да има дубоке еколошке импликације већ и покреће специфична етичка и друштвена разматрања.

Успон брзе моде довео је до еколошке неправде, колонијализма отпада и експлоататорских радних пракси у земљама са ниским и средњим приходима. Растућа свест потрошача помаже у промени образаца потрошње и подстицању етичке производње, али без транспарентности, брендови често прибегавају „зеленом вошингу“ како би изгледали еколошки прихватљивије него што заправо јесу. То је штетна пракса јер вара купце да мисле да су направили боље изборе и поткопава поверење у све еколошки освешћене иницијативе.

Етика рециклиране моде

Иако је прекомерна потрошња моде глобални проблем, европска статистика одражава међународне трендове. Према подацима Европске агенције за животну средину, 27 земаља чланица Европске уније је 2022. године генерисало 16 килограма текстилног отпада по грађанину - што се процењује на 6,94 милиона тона текстилног отпада (2).

Лоша вест је да широм ЕУ око 11,1 кг текстила и обуће по особи није одвојено сакупљано и изгубило је шансу да буде рециклирано или поново употребљено (2). Глобално, текстилни отпад представља богатство од 150 милијарди долара изгубљено у сировинама које су завршиле у контејнеру, уместо враћене у производњу. Да бисмо ствари ставили у перспективу, исти извор сугерише да је опоравак само 25% довољно да надокнади годишње трошкове материјала за 30 највећих модних компанија на свету (1).

Прекомерна производња моде покреће многа етичка питања: она максимизира загађење микропластиком, ствара огромне депоније у земљама са ниским приходима и повећава потрошњу енергије и воде у свету где вода из године у годину постаје све ређа роба.

Рециклажа у свим својим облицима надокнађује део штете, првенствено када подржава дугорочну циркуларност.

Проблем настаје када је рециклажа само фасада и није толико еколошки прихватљива или етичка колико је обећано. Гринвошинг, пребацивање отпада на угрожене заједнице или хемијска рециклажа са токсичним супстанцама стварају потпуно нове проблеме и, нажалост, изгледа да су у

Етика рециклиране моде

Етичка рециклажа је еколошки, друштвено и економски праведна и фокусира се на опипљив утицај, а не на лепо изгледајућу корпоративну статистику. У најбољем случају, смањује отпад од текстила, промовише одговорну потрошњу моде, подиже еколошку свест, подстиче људску креативност и подржава локалне економије кроз производњу, поправку и препродају у малом обиму.

Извори:

1. Сајдех, Р., Мартинез-Пардо, Ц., Меиер зум Фелде, А., Ланге, Т., Тиери, Е., & Еванс, Е. (2025, 12. август). Предење текстилног отпада у вредност. Бостон Цонсултинг Грууп. [хтпс://www.бцг.цом/публицатионс/2025/спиннинг-текстиле-васте-инто-валуе](https://www.bcg.com/publications/2025/spinning-textile-waste-into-value)
2. Европска агенција за животну средину. (21. мај 2024). Управљање коришћеним и отпадним текстилом у европској циркуларној економији. <https://www.eea.europa.eu/en/circularity/sectoral-modules/textiles/textile-waste-generation-per-person-in-the-eu-per-year>

50 нијанси гринвошинга

Када одрживост постане само маркетиншки алат, а брендови износе преувеличане или обмањујуће тврдње о рециклираном пореклу својих производа, то је „зелено вошинг“.



50 нијанси гринвошинга

Гринвошинг је свуда око нас, а често почиње обмањујућим етикетама на одећи.

Један пример: бренд брзе моде који лансира „еколошки прихватљиву“ линију са речима попут „одрживо“ и „еколошки освешћено“ исписаним по свим етикетама и малом напоменом да се само 7% материјала заправо рециклира.

Још један рецепт за кампању „зеленог вошинга“? Велике тврдње, племените иницијативе и минимална транспарентност. Ако бренд промовише иницијативе за рециклажу и сакупља текстил, али не открива проценат рециклираних предмета, бројке вероватно нису импресивне. Често кампање за рециклажу изостављају чињеницу да се већина сакупљених предмета рециклира (претвара у предмете мање вредности, као што су индустријске крпе) или извози у земље са нижим приходима.

Понекад брендови тврде да користе рециклиране материјале, али са мало или нимало одрживости на уму, производећи одећу која се може носити неколико пута пре него што постане за једнократну употребу.

Ако доследно лансирају колекције рециклиране моде како би тврдили о одрживости, а истовремено повећавају своју укупну

изводњу и потрошњу воде из године у годину, то је још један пример лепо упакованог „зеленог вошинга“.



50 нијанси гринвошинга

Најбољи противотров за „зелено шмекшање“ је едукација потрошача поткрепљена транспарентношћу бренда. Проверљиви извори података и еколошка свест остављају мало простора за преувеличане тврдње. Производња великих количина одеће са кратким веком трајања од рециклираних материјала није етичка, чак и ако је брендирана као „еколошки освештена“.

Гринвошинг је облик обмане купаца који нарушава поверење људи у одрживе иницијативе, одлаже системске промене потребне за стварни утицај и пребацује већину еколошке одговорности на купце, а не на произвођаче.

Ево неколико питања која ће вам помоћи да идентификујете кампање за „зелено вошинг“:

- Да ли се информације на етикети лако могу проверити са стварним подацима?
- Колико артикала из еко линије је заправо направљено од рециклираних материјала?
- Колики је проценат рециклираног текстила који се користи у производњи?
- Да ли се колекција производи у великим количинама?
- Колико је транспарентан њихов ланац снабдевања?

Транспарентност моде и текстилне стратегије ЕУ

Док планине депонија расту широм света и просечан комад одеће у Европи се носи 7 до 10 пута пре него што се баца (1), ЕУ ради на текстилним стратегијама за борбу против текстилног отпада. Први корак је већ предузет: према новим законима ЕУ о отпаду, све државе чланице морају да обезбеде да постоје одвојена места за сакупљање текстилног отпада. Текстилни отпад се више не може мешати са општим кућним отпадом и стога се може рециклирати.

Стратегија ЕУ за одрживи и циркуларни текстил има за циљ да трансформише текстилни сектор до 2030. године. Тржиште текстила ЕУ будућности требало би да буде испуњено издржљивим, рециклабилним и рециклираним одевним предметима који прате принципе циркуларне економије и могу се поново користити, поправљати и мењати намена више пута током свог животног века.

Ево корака које ће ЕУ предузети ка бољој будућности текстила:

- **Увођење обавезних захтева за екодизајн: продужавање животног века текстилних производа смањује њихов утицај на климу, тако да ће ЕУ развити обавезујуће захтеве за екодизајн специфичних за производ у погледу издржљивости, могућности поправке, поновне употребе и садржаја рециклираних влакана (2).**
- **Системска транспарентност и забрана уништавања непродатих или враћених производа: велике компаније ће бити јавно обавезне да открију број производа које одбацују или уништавају, укључујући и текстил (2). Такође ће постојати забрана уништавања непродатих производа свих**

Транспарентност моде и текстилне стратегије ЕУ

- **Смањење загађења микропластиком: текстил направљен од синтетичких влакана (на пример, полиестер) је међу главним изворима ненамерног ослобађања микропластике. Микропластика контаминира наше ланце исхране, уништава животињски свет и никада се не биоразграђује, остајући у нашим екосистемима вековима. Највећа количина микропластике се ослобађа у првих 5-10 прања (посебно одеће брзе моде). ЕУ жели да се позабави проблемом обавезујући захтеве за дизајн, претпрањем у индустријским производним погонима и посебним филтерима за машине за прање веша и благим детерцентима који минимизирају количину микропластике ослобађане током прања (2).**

Извори:

- Директоријум одрживости. (20. септембар 2025). Прописи ЕУ подстичу транспарентност модне индустрије и смањење отпада. <https://news.sustainability-directory.com/fashion/eu-regulations-drive-fashion-transparency-and-waste-reduction>
- Европска комисија. (30. март 2022). Саопштење Комисије Европском парламенту, Савету, Европском економском и социјалном комитету и Комитету региона: Стратегија ЕУ за одрживи и циркуларни текстил (COM/2022/141 final). https://environment.ec.europa.eu/document/download/74126c90-5cbf-46d0-ab6b-60878644b395_en?filename=COM_2022_141_1_EN_ACT_part1_v8.pdf

поправку текстила учини профитабилном и приступачном, са услугама поправке текстила широко доступним широм континента и да смањи текстилни отпад на минимум. По замисли, **Транспарентност моде и текстилне стратегије ЕУ** депоније више неће бити коначно одређиште за текстил након његове прве употребе. Рециклажа ће постати законски подразумевана.

- **Увођење дигиталног пасоша производа за текстил: сваки текстилни производ биће праћен дигиталним записом са информацијама о његовој циркуларности (да ли се може рециклирати? може ли се поправити ако се поцепа?), саставу влакана и утицају на животну средину (да ли је издржљив? како је направљен?), и одакле потиче (1).**
- **Смањено гринвошинг: тврдње о еколошкој прихватљивости захтеваће доказ - модне компаније ће морати да купцима пруже комерцијалну гаранцију трајности и релевантне информације о могућностима поправке. Артикли ће имати сопствену истиниту оцену поправљивости како би обавестили купце о њиховој трајности. Све тврдње о еколошки прихватљивости биће проверене како би се обесхрабрили покушаји гринвошинга и повећала транспарентност моде (1).**
- **Већа одговорност произвођача, а не пребацивање кривице на купце: кључни циљ је да произвођачи остану укључени у процес сакупљања текстила, било финансијски или оперативно, како би се створио ефикасан систем сакупљања, сортирања, поновне употребе, припреме за поновну употребу и рециклаже широм ЕУ (1).**

услугама поправке текстила широко доступним широм континента и да смањи текстилни отпад на минимум. По замисли, **Транспарентност моде и текстилне стратегије ЕУ** депоније више неће бити коначно одредиште за текстил након његове прве употребе. Рециклажа ће постати законски подразумевана.

- **Увођење дигиталног пасоша производа за текстил: сваки текстилни производ биће праћен дигиталним записом са информацијама о његовој циркуларности (да ли се може рециклирати? може ли се поправити ако се поцепа?), саставу влакана и утицају на животну средину (да ли је издржљив? како је направљен?), и одакле потиче (1).**
- **Смањено гринвошинг: тврдње о еколошкој прихватљивости захтеваће доказ - модне компаније ће морати да купцима пруже комерцијалну гаранцију трајности и релевантне информације о могућностима поправке. Артикали ће имати сопствену истиниту оцену поправљивости како би обавестили купце о њиховој трајности. Све тврдње о еколошкој прихватљивости биће проверене како би се обесхрабрили покушаји гринвошинга и повећала транспарентност моде (1).**
- **Већа одговорност произвођача, а не пребацивање кривице на купце: кључни циљ је да произвођачи остану укључени у процес сакупљања текстила, било финансијски или оперативно, како би се створио ефикасан систем сакупљања, сортирања, поновне употребе, припреме за поновну употребу и рециклаже широм ЕУ (1).**

Културно преобликовање образаца потрошње моде

Права текстилна револуција почиње културним преобликовањем нашег односа са модом. Брза мода промовише брзу потрошњу са мало емоционалне везаности за одећу и без обзира на свесно власништво. Користи, баца и понови. Прелазак на свесно власништво над модом које се фокусира на квалитет и трајност, а не на квантитет, је прави културни корак напред.



Културно преобликовање образаца потрошње моде

Свесно власништво над модом учи нас да бринемо о својој одећи, да је бирамо на основу издржљивости и могућности поправке, а не трендова и брзих допаминских удараца, и да оживимо традиционалне праксе попут шивења, крпљења и рециклирања.

Успон локалних економија поправке, са центрима за шивење у заједници, продавницама рециклиране моде, продавницама половне одеће и пројектима рециклирања, поставља темеље за локалне циркуларне економије.

Предности су бескрајне:

- продужени животни циклуси производа и смањен отпад
- јаче везе са заједницом, већа самосталност и отпорност на кризе (поправка предмета чини нове куповине непотребним)
- опоравак изгубљених вештина без отпада, попут шивења
- стварање локалних радних места и подршка занатским пројектима

Радионице рециклирања и шивења широм Европе откључавају креативност и негују емоционалну везаност за сопствену одећу: нешто што је немогуће са одећом брзе моде за једнократну употребу која неће трајати дуже од неколико ношења.

Покрет рециклиране моде је колективни напор да се поново повежемо са одећом коју носимо, променимо начин на који конзумирамо и преузмемо одговорност за оно што поседујемо и како то утиче на нашу планету.

Културно преобликовање образаца потрошње моде

Реинвенција текстила је ствар маште: материјали се могу поново користити и пренаменити на много креативних начина. Одбачени текстил може се претворити у:

- играчке за псе
- јединствене кесе од банана за путовања
- шарене торбе за лаптоп
- ручно рађене лутке
- нови јединствени дизајни
- теписи
- теписи
- новчаници

Са вештинама шивења, могућности су бескрајне. Рециклирање не само да смањује отпад од текстила, већ купцима даје и заиста јединствене производе који се истичу у ери масовне производње.

Културно преобликовање образаца потрошње моде

Правилно образовање о моди о правим трошковима брзе моде је саставни део преобликовања колективне модне потрошње. Права промена почиње када људи купују мање, више поправљају и чешће пренамењују текстил. Растући број локалних иницијатива за шивење и рециклажу опрема људе вредним вештинама поправке које подстичу свесну потрошњу моде. Етички избори ретко су практични, али уз лакши приступ местима за сакупљање текстилног отпада, већу транспарентност брендова и више локалних опција за поправку, рециклажа се може интегрисати у свакодневни живот грађана ЕУ, са циљем смањивања његовог угљеничног отиска.



Реинвенција текстила: осмислите пројекат рециклиране моде

Реинвенција текстила почиње са сваким од нас. Вежбање маште како бисмо разумели шта је потребно за вођење пројекта рециклиране моде или чак посла може нам помоћи да боље схватимо скривене трошкове брзе моде. Етички пројекти рециклиране моде долазе са различитим социо-етичким разматрањима која се не могу игнорисати.

Замислите свој сопствени пројекат рециклиране моде. Шта бисте желели да рециклирате или пренамените? Ево кратког низа питања која треба размотрити за свој замишљени пројекат:

- Да ли су материјали који се користе у процесу заиста рециклирани/ регенерисани?
- Да ли су материјали издржљиви и безбедни за употребу?
- Да ли су радници праведно плаћени? Да ли су услови рада добри?
- Да ли откривате информације о ланцу снабдевања? Који је жељени ниво транспарентности?
- Да ли је амбалажа еколошки прихватљива?
- Да ли постоје опције за поправку или враћање?
- Да ли дизајн даје предност дугорочној одрживости у односу на краткорочне трендове?

Етички рециклирани модни пројекти и предузећа минимизирају утицај на животну средину, пружају потпуну транспарентност у погледу коришћених материјала и пракси ланца снабдевања и осигуравају праведност, посебно у погледу плата и услова рада.

Транспарентно набављање материјала из проверених рециклираних токова (прикупљање текстила од људи, фабрика, произвођача), фер радне праксе, циркуларни и рециклабилни дизајн, као и локално, ангажовање и сарадња вођени заједницом, спадају међу најбоље етичке модне праксе за постојеће

Реинвенција текстила: осмислите пројекат рециклиране моде

Брза мода цвета када су купци пасивни, опседнути трендовима и количином и незаинтересовани за дугорочне последице прекомерне конзумације моде. Да ли ми поседујемо одећу или она поседује нас ако куповина постане готово компулзивна? Реинвенција текстила почиње личном и колективном одговорношћу за ствари које поседујемо и конзумирамо.

Рециклирана мода је практичан облик креативности и бриге о животној средини. То је најбоља етикета на тржишту.





Мoгућности учења за
oптимизацију вештина у
примени рециклиране моде
ка индустрији која је свесна

95

Обида
2024-2027-RO01-KA220-YOU-000286513

Хвала вам!



PRAMMER



Co-funded by
the European Union

Финансирано од стране Европске уније. Изражени ставови и мишљења су искључиво ставови аутора/аутора и не одражавају нужно ставове Европске уније или Извршне агенције за образовање и културу (ЕАСЕА). Ни Европска унија ни ЕАСЕА не могу бити одговорне за њих.