



2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Perfecționarea Abilităților în Modă Reciclată pentru o Industrie Fără Deșeuri - WISE FASHION

MODULE



PRAMMER



Co-funded by
the European Union

Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile și punctele de vedere exprimate aparțin exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă în mod necesar poziția Uniunii Europene sau a Agenției Executive pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.

Cuprins

2

MODULE



01

TOPIC: Introducere în Moda Reciclată,
Mentalitate Antreprenorială și Inovație

Pagina 3

02

Bazele Designului pentru Moda Reciclată

Pagina 12

03

Tehnici de Producție, Upcycling, Aprovizionare
și Achiziție de Materiale Reciclate

Pagina 30

04

Brand cu Scop: Strategii de Marketing pentru
Antreprenorii în Moda Reciclată

Pagina 49

05

Etica modei reciclate

Pagina 71



Perfecționarea Abilităților în Modă Reciclată pentru o Industrie Fără Deșeuri

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

TOPIC: Introducere în Moda Reciclată, Mentalitate Antreprenorială și Inovație

Pregătit de: ASDIT



PRAMMER



Co-funded by
the European Union

Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile și punctele de vedere exprimate aparțin exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă în mod necesar poziția Uniunii Europene sau a Agenției Executive pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.

Introducere în Moda Reciclată, Mentalitate Antreprenorială și Inovație

11. Introducere

Industria globală a modei, în formatul său actual, este unul dintre principalii contributori la deșeuri și poluare. Este responsabilă pentru aproximativ 10% din emisiile globale de carbon și 20% din apele uzate (Niinimäki et al., 2020). Creșterea consumului rapid și a modei fast-fashion, a determinat probleme precum condițiile precare de muncă, supraproducția și penuria de resurse. În contrast, moda reciclată oferă o alternativă la această situație, punând accent pe reutilizare, upcycling și sisteme de producție circulare. În acest sens, moda reciclată apare ca o combinație de inovație creativă și responsabilitate față de mediu. Aceasta reînvie articole de îmbrăcăminte și textile aruncate, transformându-le în obiecte la modă. Odată cu creșterea conștientizării în rândul tinerilor și a inițiativelor conduse de aceștia în moda sustenabilă, se reduce risipa și se încurajează antreprenoriatul la nivel comunitar (Chen et al.2021).

Introducere în Moda Reciclată, Mentalitate Antreprenorială și Inovație

2. Cadrul Teoretic

Conceptul de modă reciclată își are rădăcinile în modelul economiei circulare, care urmărește minimizarea deșeurilor prin reparare, reutilizare și recuperarea materialelor (Geissdoerfer et al., 2017).

Aceasta include crearea articolelor de îmbrăcăminte pentru a fi reciclabile și durabile, folosind materiale biodegradabile și recuperate (Ellen MacArthur Foundation, 2019).

Mai mult, mentalitatea antreprenorială, definită prin curiozitate, reziliență, recunoașterea oportunităților și crearea de valoare (Kuratko et al., 2021), este esențială pentru implementarea practicilor inovatoare de sustenabilitate.

Tinerii antreprenori în moda reciclată combină etica ecologică cu viabilitatea pe piață, demonstrând că profitabilitatea și responsabilitatea față de mediu pot coexista.

Inovația în moda reciclată se bazează și pe cadrul de gândire a designului (design thinking) (Brown, 2009), punând accent pe empatie, experimentare și rezolvare iterativă de probleme.

Prin gândirea de design, tinerii pot vedea materialele reziduale ca resurse creative, transformând produsele "ajunse la sfârșitul ciclului de viață" în noi cicluri de utilizare.

INTRODUCERE ÎN MODA RECICLATĂ, MENTALITATE ANTREPRENORIALĂ ȘI INOVAȚIE

3. Istoria Modei Reciclate

Reutilizarea textilelor nu este un fenomen nou, datând de secole. În trecut, hainele erau reparate, reutilizate sau transmise mai departe, mai degrabă decât aruncate. Totuși, din cauza industrializării și a invenției fibrelor sintetice în secolul al XX-lea, a apărut o schimbare dramatică în tiparele de consum (Fletcher, 2014).

Apariția conceptului de modă reciclată coincide cu anii 1990 și cu dezvoltarea mișcărilor eco-conștiente. Pentru diseminarea acestei practici, a fost necesară apariția platformelor digitale și a activismului ecologic, ceea ce a avut loc în secolul XXI. Mărci precum Patagonia și Stella McCartney au fost pionieri în programele de colectare a produselor uzate și în inovația cu materiale ecologice (Pedersen & Andersen, 2015).

În paralel cu aceste evoluții, mișcările de upcycling conduse de tineri au fost întâlnite mai des pe rețelele sociale, cu mici antreprenori care transformau articole vintage sau aruncate în creații la modă, personalizate (Gwilt, 2020). Conform lui Chen et al. (2021), evoluția modei reciclate se aliniază cu principiile economiei circulare: longevitate, reparabilitate și regenerarea materialelor.

Astăzi, moda reciclată nu este doar o mișcare creativă, ci oferă și oportunități locale de angajare, pe lângă dezvoltarea economică sustenabilă.

INTRODUCERE ÎN MODA RECICLATĂ, MENTALITATE ANTREPRENORIALĂ ȘI INOVAȚIE

4. Aspecte Inovatoare ale Modei Reciclate

Înțelegerea modei reciclate inovatoare înseamnă mai mult decât recuperarea materialelor.

Necesită regândirea modelelor de producție și consum prin prisma aspectelor sociale, antreprenoriale și tehnologice.

Inovația materială: Progresele în reciclarea chimică permit acum separarea și reconstituirea amestecurilor de poliester sau bumbac în fibre noi (Sandin & Peters, 2018).

- Inovația în afaceri: Start-up-urile adoptă modele de servicii de închiriere, revânzare sau reparații care extind ciclurile de viață ale articolelor de îmbrăcăminte și reduc supraproducția (Joyner Armstrong et al., 2022).
- Inovația socială: Atelierele de bază (grassroots), atelierele de reparații și cooperativele locale încurajează participarea comunității la reutilizarea textilelor și la designul circular (Hirscher & Niinimäki, 2018).

Inovația antreprenorială este legată în special de tineri.

Kuratko et al. (2021) subliniază că adoptarea unei mentalități antreprenoriale le permite tinerilor să perceapă provocările de sustenabilitate ca oportunități. Prin utilizarea creativității și a instrumentelor digitale, tinerii antreprenori pot transforma upcycling-ul în microîntreprinderi viabile, abordând în același timp preocupările sociale și ecologice.

INTRODUCERE ÎN MODA RECICLATĂ, MENTALITATE ANTREPRENORIALĂ ȘI INOVAȚIE

5. Bune Practici și Studii de Caz

Această secțiune prezintă diverse practici locale și internaționale ca exemple pentru a analiza integrarea modei reciclate cu antreprenoriatul și inovația.

Renewcell (Suedia): O companie inovatoare care reciclează chimic deșeurile de bumbac în noi fibre de celuloză, exemplificând inovația textilă circulară (Sandin & Peters, 2018).

- **Programul Worn Wear al Patagonia:** Încurajează clienții să își repara, revândă sau recicleze hainele, aliniind profitabilitatea cu valorile de mediu (Pedersen & Andersen, 2015).
- **Cooperativa Femeilor Mardin İpekyolu (Türkiye):** Produce săpunuri tradiționale lucrate manual și obiecte de artizanat textile ecologice, arătând cum cooperativele de femei pot îmbina patrimoniul cultural cu antreprenoriatul sustenabil (Ünal & Tekin, 2023).
- **Cooperativa Femeilor Samandağ:** Cu sediul în Hatay, Türkiye, această cooperativă face upcycling cu materiale pe bază de laur și măslină în produse cosmetice și textile, îmbinând conștientizarea ecologică cu identitatea regională.

Aceste cazuri subliniază faptul că inovația provine adesea din contexte locale în care resursele limitate inspiră soluții creative și sustenabile.

INTRODUCERE ÎN MODA RECICLATĂ, MENTALITATE ANTREPRENORIALĂ ȘI INOVAȚIE

6. Activități de Învățare

Sesiunea de 30 de minute integrează teoria și practica prin participare activă:

- Prezentare PowerPoint (10 min):
 - Prezentările includ vizualizări de date privind deșeurile de modă și alternativele sustenabile.
 - Sunt versiunile PowerPoint ale acestui conținut și pot fi utilizate în scopuri educaționale, oferind referințe adecvate.
- Analiză de Documentar și Interviu (10 min):
 - Cititorii vizionează următorul clip documentar cu antreprenori și designeri care utilizează textile reciclate.
 - Apoi, discută subiectul cu colegii lor.
 - Link către documentar: <https://www.youtube.com/watch?v=7i0QMnz4ExY>
- Competiție Garderoba Eco-Friendly (10 min):
 - Cititorii sunt provocați să își organizeze garderoba în mod sustenabil, să facă fotografii cu articole de îmbrăcăminte refolosite sau reparate și să le încarce pe rețelele sociale cu scurte reflecții.
 - Această activitate gamificată întărește responsabilitatea personală și conștientizarea.

INTRODUCERE ÎN MODA RECICLATĂ, MENTALITATE ANTREPRENORIALĂ ȘI INOVAȚIE

7. Dovada Învățării și Evaluare

Dovada Învățării:

- Abilitatea de a identifica practicile de modă sustenabilă și de a le diferenția de abordările tradiționale.
- Motivație demonstrată către comportamentul eco-conștient și deciziile de cumpărare.
- Conștientizarea oportunităților de antreprenoriat în cadrul modei reciclate.

Metode de Evaluare:

- Scurtă sesiune de întrebări și răspunsuri și feedback la sfârșitul cursului.
- Evaluarea înscrierilor la competiție pe baza creativității, sustenabilității și calității reflecției.
 - Participanții trebuie să eticheteze (tag) canalele oficiale de social media ale proiectului.
 - Câștigătorii vor fi publicați pe site-ul oficial al proiectului.
- Observarea participării active în timpul modulului.

INTRODUCERE ÎN MODA RECICLATĂ, MENTALITATE ANTREPRENORIALĂ ȘI INOVAȚIE

Întrebări cu Alegere Multiplă:

Întrebarea 1: Care dintre următoarele descrie cel mai bine scopul principal al modei reciclate?

- A) Să crească consumul de modă rapidă (fast fashion) prin intermediul platformelor digitale.
- B) Să promoveze reutilizarea, upcycling-ul și producția circulară, combinând creativitatea cu responsabilitatea față de mediu.
- C) Să înlocuiască toate fibrele naturale cu materiale sintetice.
- D) Să limiteze producția de îmbrăcăminte doar la mărcile de lux.

Răspuns: B

Întrebarea 2: Conceptul de modă reciclată este strâns legat de care model economic?

- A) Economia liniară
- B) Economia de partajare (Sharing economy)
- C) Economia circulară
- D) Economia de tip Gig (Gig economy)

Răspuns: C

INTRODUCERE ÎN MODA RECICLATĂ, MENTALITATE ANTREPRENORIALĂ ȘI INOVAȚIE

Întrebarea 3: Care dintre următoarele NU este listat ca un aspect inovator al modei reciclate?

- A) Inovația materială (de exemplu, reciclarea chimică a amestecurilor de fibre)
- B) Inovația în afaceri (de exemplu, modele de închiriere și revânzare)
- C) Inovația socială (de exemplu, cafenele de reparații și cooperative)
- D) Eliminarea completă a întregii producții de textile

Răspuns: D

Întrebarea 4: Care afirmație reflectă cu exactitate dezvoltarea istorică a modei reciclate?

- A) Moda reciclată a început în secolul al XVIII-lea odată cu industrializarea.
- B) A apărut în anii 1990 alături de mișcările eco-conștiente, iar upcycling-ul condus de tineri a câștigat proeminență prin intermediul rețelelor sociale.
- C) Reciclarea modei a devenit posibilă abia după invenția poliesterului în 1950.
- D) Platformele digitale nu au fost influente în promovarea modei reciclate.

Răspuns: B

Întrebarea 5: Care dintre următoarele studii de caz ilustrează inovația locală care combină patrimoniul cultural și sustenabilitatea?

- A) Renewcell (Suedia)
- B) Programul Worn Wear al Patagonia
- C) Cooperativa Femeilor Mardin İpekyolu (Türkiye)
- D) Mărcile de modă rapidă (fast fashion) de pe piețele globale

Răspuns: C

INTRODUCERE ÎN MODA RECICLATĂ, MENTALITATE ANTREPRENORIALĂ ȘI INOVAȚIE

8. CONCLUZIE

Moda reciclată se află la intersecția dintre creativitate, sustenabilitate și antreprenoriat. Pe parcursul acestui modul, studenților le sunt prezentate principiile fundamentale ale modei reciclate, rădăcinile sale istorice și potențialul pentru inițiative de afaceri inovatoare. Prin îmbinarea gândirii critice cu activitățile practice, cursanții nu numai că dobândesc cunoștințe teoretice, dar își dezvoltă și comportamente eco-conștiente. Pe termen lung, astfel de inițiative educaționale consolidează rolul tinerilor în tranziția către o economie circulară. Acest lucru face din WISE FASHION un instrument util pentru schimbări pozitive de mediu și sociale. Prin urmare, în secțiunea următoare, vor fi elaborate în continuare elementele de bază ale modei reciclate pentru a oferi cititorilor informații suplimentare.

Introducere în Moda Reciclată, Mentalitate Antreprenorială și Inovație

Referințe:

- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. HarperCollins.
- Chen, X., Li, Y., & Zhang, Z. (2021). Circular economy and sustainability of the clothing and textile industry: A critical review. *Sustainability*, 13(12), 6560. <https://doi.org/10.3390/su13126560>
- Ellen MacArthur Foundation. (2019). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. Ellen MacArthur Foundation.
- Fletcher, K. (2014). *Sustainable fashion and textiles: Design journeys*. Routledge.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2017). The circular economy: A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 143, 757–768. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048>
- Gwilt, A. (2020). *Fashion design for living: Sustainable practices*. Bloomsbury Publishing.
- Hirscher, A.-L., & Niinimäki, K. (2018). Fashion activism through participatory design. *Journal of Cleaner Production*, 172, 2518–2527. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.016>
- Joyner Armstrong, C. M., Niinimäki, K., & Lang, C. (2022). The consumer's role in circular fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 26(4), 546–561. <https://doi.org/10.1108/JFMM-10-2021-0249>
- Kuratko, D. F., Fisher, G., Bloodgood, J., & Hornsby, J. S. (2021). The entrepreneurial mindset: A quarter-century review and agenda for future research. *Journal of Small Business Management*, 59(1), 1–27. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1844493>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189–200. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Pedersen, E. R. G., & Andersen, K. R. (2015). Sustainability innovators and anchor draggers: Exploring collaborative business model innovation in the fashion industry. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 731–749. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2451-8>
- Sandin, G., & Peters, G. (2018). Environmental impact of textile reuse and recycling: A review. *Journal of Cleaner Production*, 184, 353–365. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.266>
- Ünal, S., & Tekin, S. (2023). Women's cooperatives and sustainable local entrepreneurship: Case study from Southeastern Türkiye. *Journal of Social Economy Studies*, 15(2), 101–117.



Perfecționarea Abilităților în Modă Reciclată pentru o Industrie Fără Deșeuri

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

TOPIC: Bazele Designului pentru Moda Reciclată

Pregătit de Alba Iulia Municipality (RO)



PRAMMER



Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile și punctele de vedere exprimate aparțin exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă în mod necesar poziția Uniunii Europene sau a Agenției Executive pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.



Co-funded by
the European Union

1.1 O introducere rapidă

Industria modernă a modei este o întreprindere globală, de miliarde de dolari, care cuprinde totul, de la design și fabricație, până la publicitate și vânzare cu amănuntul. Este un sistem complex cu patru niveluri principale: producția de materii prime, producția de articole de îmbrăcăminte de către designeri, vânzările cu amănuntul și promovarea. Astăzi, tehnologia joacă un rol imens în industrie, de la designul asistat de calculator până la țesăturile de înaltă tehnologie cu proprietăți precum absorbția umidității și protecția UV.

Lumea modei este, de asemenea, o formă puternică de auto-exprimare. Așa cum a spus designerul de modă Katherine Hamnett, „Hainele creează un mijloc de comunicare fără cuvinte pe care îl înțelegem cu toții.” Tendințele sunt influențate de o gamă largă de surse, inclusiv muzică, filme, celebrități și chiar stilul stradal (street style).

Industria modei are un impact semnificativ asupra mediului. Crearea de haine noi de la zero necesită cantități imense de resurse și generează multă poluare. Producerea de textile noi, în special bumbacul, necesită cantități uriașe de apă. De exemplu, poate dura mii de galoane de apă pentru a cultiva suficient bumbac doar pentru un singur tricou și o pereche de blugi.

Acest lucru generează cantități impresionante de textile care sunt fabricate an de an. Dar ce se întâmplă cu textilele care nu sunt cumpărate la timp și devin învechite? Aici intervine conceptul de modă reciclată.

1.1 O introducere rapidă

Moda reciclată este practica de a crea îmbrăcăminte și accesorii noi din materiale vechi, aruncate. Este o parte cheie a economiei circulare mai ample, care urmărește să minimizeze risipa și să valorifice la maximum resursele. În loc de un model de tip „ia-fă-aruncă”, moda reciclată promovează o abordare de tip „reutilizează-redu-reciclează”. O persoană obișnuită aruncă o cantitate mare de haine și textile în fiecare an. O mare parte din aceste deșeuri ajunge în gropile de gunoi, unde poate dura sute de ani să se descompună, eliberând gaze cu efect de seră dăunătoare în acest proces. Moda reciclată menține aceste articole în afara gropilor de gunoi și le oferă o nouă viață.



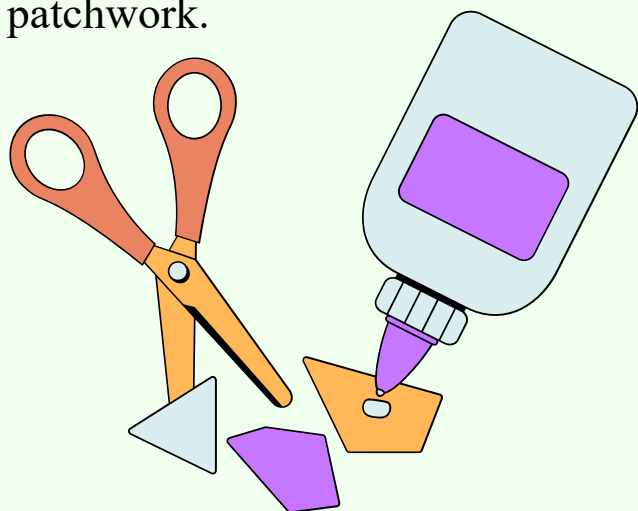
Pe lângă impactul asupra mediului, moda reciclată are și un impact pozitiv asupra societății și economiei. Prin alegerea modei reciclate sau upcycled, consumatorii fac o declarație puternică. Ei susțin un mod de viață mai etic și mai sustenabil și încurajează întreaga industrie a modei să își schimbe practicile.

Moda reciclată nu înseamnă doar a coase câteva bucăți aleatorii de material laolaltă. Este o formă de artă care combină creativitatea, viziunea și abilitățile tehnice. În acest modul, vom explora cum să transformăm o idee într-un produs finit care este atât frumos, cât și durabil.



1.2 Viziune Creativă și Estetică

a) **Găsește inspirație peste tot:** Moda reciclată se bazează pe capacitatea de a vedea potențialul acolo unde alții văd deșeuri. Inspiră-te din texturile, culorile și formele materialelor pe care le ai la dispoziție. O haină veche de lână poate deveni o jachetă scurtă, sau o colecție de tricouri vechi poate fi transformată într-o pătură în stil patchwork.



b) **Definește o poveste:** Fiecare articol de îmbrăcăminte pe care îl crezi poate spune o poveste. Întreabă-te: „De unde provine acest material?” sau „Ce stil vreau să obțin?” O viziune clară te va ajuta să iei decizii de design coerente.

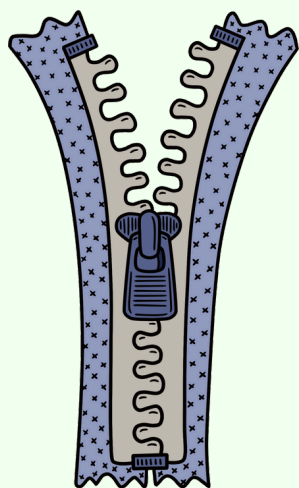
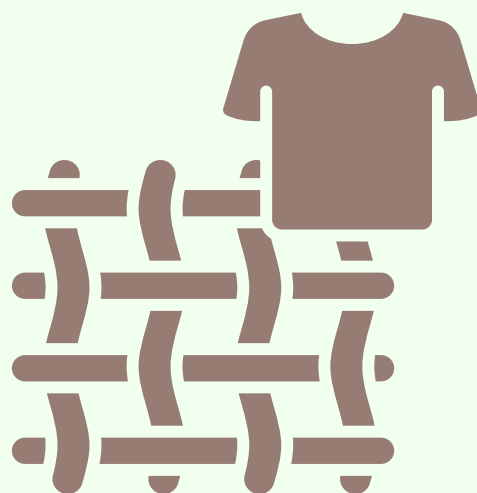


1.3 Design Durabil și Funcționalitate

a) **Calitatea cusăturilor:** Un design de succes nu este doar plăcut vizual; este, de asemenea, rezistent. Folosește cusături puternice și durabile pentru a te asigura că produsul finit va rezista în timp. Alege cusături precum cusătura dublă sau cusătura în zig-zag în zonele cu solicitare mare, cum ar fi cusăturile laterale.

b) **Reutilizarea elementelor existente:**

Un principiu esențial al designului durabil este valorificarea la maximum a ceea ce ai deja. Păstrează nasturii, fermoarele, buzunarele și manșetele originale. Acestea pot adăuga detalii interesante și pot minimiza risipa.



c) **Versatilitate:** Creează piese care pot fi purtate în mai multe moduri. O rochie care poate fi purtată și ca fustă, sau o jachetă reversibilă, adaugă valoare și încurajează utilizarea prelungită.

Prin combinarea acestor principii, vei putea crea piese de modă reciclată care nu sunt doar ecologice, ci și originale, durabile și care au o estetică personală.

Materiale Ușor Accesibile: Aprovizionare și Evaluare

2.1 Aprovizionarea cu materiale

Unde să găsești materiale pentru proiectele tale de modă reciclată?

- **Dulapul Personal:** Cel mai simplu loc de a începe este acasă. Tricourile vechi, blugii sau chiar păturile care nu mai sunt folosite pot fi refolosite.
- **Familia și Prietenii:** O modalitate distractivă de a te aproviziona cu materiale este organizarea unui schimb de haine (clothing swap) sau pur și simplu cerând familiei și prietenilor articolele lor nedorite.
- **Magazinele de caritate sau Boutique-urile Second-hand:** Târgurile de vechituri sau magazinele second-hand sunt surse excelente unde poți descoperi materiale de calitate la un preț mic.



Materiale Ușor Accesibile: Aprovizionare și Evaluare

2.2 Evaluarea calității materialelor

Odată ce ai găsit un articol de îmbrăcăminte potențial, este crucial să evaluezi cât de potrivit este pentru proiectul tău. Acest lucru previne irosirea de timp și efort cu materiale deteriorate sau neutilizabile.

Compoziția Tesăturilor: Fibre Naturale

Fibrele naturale sunt derivate direct din organisme vii, fie plante, fie animale. Ele sunt cel mai vechi tip de material textil și au fost folosite de mii de ani. Sunt apreciate pentru confortul, respirabilitatea și sustenabilitatea lor.



Origine: Plante (pe bază de celuloză) sau animale (pe bază de proteine).

Exemple:

- **Pe bază de plante:** Bumbac, in, cânepă.
- **Pe bază de animale:** Lână, mătase, cașmir.

Caracteristici Cheie:

- **Biodegradabile:** Se descompun natural în timp.
- **Respirabile:** Structura lor poroasă permite aerului să circule, făcându-le confortabile la purtare.
- **Absorbante:** Absorb umezeala (cum ar fi transpirația), ceea ce poate fi un lucru bun pentru prosoape, dar înseamnă, de asemenea, că se usucă mai greu.
- **Regenerabile:** Provin din surse care pot fi regenerate sau crescute.

Materiale Ușor Accesibile: Aprovizionare și Evaluare

2.2 Evaluarea calității materialelor

Compoziția Țesăturilor: Fibre Sintetice

Fibrele sintetice sunt fabricate de om printr-un proces chimic, utilizând în principal polimeri pe bază de petrol. Acestea au fost dezvoltate pentru a fi mai durabile, mai accesibile și mai versatile decât omologii lor naturali.

Origine: Produse secundare din petrol și alte substanțe chimice.

Exemple:

- Poliester, nailon, acril, spandex.



Caracteristici Cheie:

- **Non-biodegradabile:** Nu se descompun și pot sta în gropile de gunoi timp de sute de ani.
- **Rezistente la apă:** Resping apa, făcându-le populare pentru articolele sport și îmbrăcămintea de exterior (outerwear).
- **Durabile:** Sunt foarte rezistente, nu se șifonează ușor și au o probabilitate mai mică de a se micșora sau rupe.
- **Elimină Microplastice:** La fiecare spălare, elimină fibre minuscule de plastic care poluează căile navigabile și oceanele noastre.

2.2 Evaluarea calității materialelor

Tabel comparativ

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



În contextul modei reciclate, înțelegerea acestei diferențe este crucială. Upcycling-ul fibrelor naturale este adesea o alegere bună, deoarece acestea sunt mai ușor de vopsit și de prelucrat, în timp ce reutilizarea fibrelor sintetice este o modalitate excelentă de a preveni ca acestea să ajungă la groapa de gunoi și să polueze mediul timp de secole. Fibrele naturale sunt, în general, mai ușor de lucrat, mai ales pentru vopsire și anumite tehnici de cusut.



Materiale Ușor Accesibile: Aprovizionare și Evaluare

2.2 Evaluarea calității materialelor

Starea articolului:

Efectuarea unei verificări amănunțite a unui articol de îmbrăcăminte este un pas crucial pentru a te asigura că proiectul tău de upcycling va fi un succes. Iată un ghid pas cu pas despre cum să inspecțezi articolele pentru defecte majore.

Scanarea Vizuală Completă

Începe prin a examina vizual complet articolul de îmbrăcăminte, atât la interior, cât și la exterior. Cel mai bine este să faci acest lucru într-o lumină bună, deoarece unele defecte sunt vizibile doar în lumină naturală.

- ***Față și Spate:*** Caută pete mari, evidente pe față, pe spate și pe orice parte vizibilă a articolului de îmbrăcăminte.
- ***Zonele de Uzură Intensă:*** Acordă o atenție deosebită zonelor care sunt supuse multor frecări și solicitări, cum ar fi zona de sub brațe, gulerele, genunchii și manșetele. Acestea sunt locuri frecvente pentru decolorare, subțierea țesăturii și scămoșare (pilling – micile bile de fibre care se formează pe suprafață).
- ***Întoarce-l pe Dos:*** Întoarce articolul pe dos pentru a verifica căptușeala, cusăturile și zonele ascunse. Adesea vei găsi pete ascunse, rupturi sau semne de calitate slabă la interior.



Materiale Ușor Accesibile: Aprovizionare și Evaluare

2.2 Evaluarea calității materialelor

Starea articolului:

Verificarea Țesăturii și a Cusăturilor

Cum să simți materialul și inspectezi construcția:

- **Rupături și Găuri:** Simte cu mâna după rupturi și găuri, în special de-a lungul cusăturilor. Trage ușor de cusături pentru a vedea dacă sunt sigure. O cusătură slăbită este ușor de reparat, dar o ruptură mare în mijlocul țesăturii poate fi dificil de remediat și poate face piesa inutilizabilă.
- **Uzura Excesivă:** Freacă materialul între degete. Se simte subțire sau slab (flimsy)? Acesta este un semn de uzură excesivă. Deși câteva scămoșări mici pot fi îndepărtate, scămoșarea extinsă poate indica faptul că țesătura este la sfârșitul duratei sale de viață.
- **Elasticitatea:** Verifică zonele elastice, cum ar fi benzile din talie și manșetele. Întinde elasticul și vezi dacă revine la forma inițială. Dacă rămâne întins, elasticul este „mort” și va trebui înlocuit.



Materiale Ușor Accesibile: Aprovizionare și Evaluare

2.2 Evaluarea calității materialelor

Starea articolului:

Verificarea Componentelor și a Detaliilor

Nu uita să examinezi toate componentele mici care fac articolul de îmbrăcăminte funcțional.

- **Fermoare:** Testează fiecare fermoar. Asigură-te că glisează lin și că nu se blochează. Un fermoar rupt este o reparație gestionabilă, dar reprezintă un pas și un cost suplimentar de luat în considerare.
- **Nasturi și Capse:** Verifică dacă toți nasturii sunt prezenți și sunt atașați în siguranță. Caută fire desfăcute sau capse lipsă.



Testul Mirosului

În cele din urmă, efectuează o scurtă verificare a mirosului articolului de îmbrăcăminte. Un miros puternic, persistent – cum ar fi cel de fum sau mușgai – este adesea un semn că articolul a fost depozitat necorespunzător, iar mirosul poate fi imposibil de eliminat, chiar și prin spălare.

Urmând această listă de verificare, poți evalua cu încredere un articol de îmbrăcăminte și poți decide dacă este o „comoară” valoroasă care merită transformată.



Potențial de Transformare: Încurajează o mentalitate creativă. Întrebarea cheie de pus este: „Ce ar putea fi asta?” O fustă lungă ar putea deveni un top, sau o pereche de blugi ar putea fi transformată într-o geantă de tip tote. Este vorba despre a vedea potențialul materialului în sine, nu doar al obiectului inițial.

3.1 *Arta deconstrucției (dezasamblării)*

Înainte de a putea construi ceva nou, adesea trebuie să demonstrez o piesă existentă de îmbrăcăminte. Acest proces se numește deconstrucție. Este vorba despre a fi strategic și atent pentru a salva cât mai mult material utilizabil, inclusiv panouri de țesătură, fermoare, nasturi și alte accesorii.

Unelte cheie:

- **Decusător:** Aceasta este cea mai importantă unealtă a ta. Este un dispozitiv mic, de mână, cu o lamă în formă de cârlig, perfect pentru a tăia firele fără a deteriora țesătura.
- Foarfecă pentru țesături: Acestea sunt pentru tăierea secțiunilor mai mari și ar trebui folosite numai pe țesături pentru a le păstra ascuțite.

Cum să Dezasamblați:

1. **Începeți de la Cusături:** Folosiți decusătorul pentru a tăia cu grijă firele care țin împreună bucățile de material. Începeți de la un punct unde cusătura este ușor accesibilă, cum ar fi partea de jos a unui tiv sau capătul unei mâneci.
2. **Separarea Componentelor:** Pe măsură ce desfaceți cusăturile, separați panourile principale de material, fermoarele, buzunarele și gulerul.
3. **Sortați și Păstrați:** Puneți toate obiectele reutilizabile, cum ar fi nasturii, fermoarele și clapele, într-un recipient separat pentru proiecte viitoare. Salvați toate resturile de material; chiar și bucățile mici pot fi folosite pentru lucruri precum petice sau umplutură.

3.2 Idei simple de upcycling pentru începători

Acum că aveți materialele, iată câteva proiecte ușoare pentru a începe.

- **Tricou transformat în geantă de umăr (fără cusut):**
 - Tăiați mânecile unui tricou mare.
 - Tăiați gulerul pentru a crea o deschidere mai largă.
 - Tăiați partea de jos a tricoului în fâșii și legați fâșiile din față și din spate pentru a crea un fund solid. Acum aveți o geantă simplă.
- **Blugi vechi transformați în pantaloni scurți:**
 - Tăiați picioarele unui blugi vechi la lungimea dorită.
 - Pentru un aspect franjurat clasic, pur și simplu dați-i la spălat în mașina de spălat.
- **Pulover transformat în față de pernă:**
 - Tăiați un pulover într-un pătrat sau dreptunghi, lăsând tivul de jos pentru una dintre laturi.
 - Coaseți părțile laterale, lăsând un capăt deschis.
 - Umpleți cu o pernă sau cu resturi de materiale vechi. Coaseți și partea finală.
- **Resturi de material pentru elastice de păr:**
 - Tăiați o fâșie de material.
 - Coaseți capetele lungi împreună pentru a forma un tub.
 - Treceți o bucată de elastic prin tub și legați capetele elasticului.
 - Coaseți capetele deschise ale materialului împreună.



Deconstrucție și Idei Simple de Recondiționare

3.2 Idei Simple de Recondiționare (Upcycling) pentru Începători

Moda reciclată este un proces transformator și creativ care re-imaginează materialele aruncate, transformându-le în piese noi, unice și valoroase. Aceasta merge dincolo de simpla refolosire a hainelor vechi; este vorba despre a vedea potențialul ascuns dintr-un obiect aparent uzat și a-i oferi un nou scop.

Această abordare nu doar reduce deșeurile și minimizează impactul asupra mediului al industriei textile, dar celebrează și originalitatea și inventivitatea (sau: spiritul practic).



Prin deconstruirea și reutilizarea articolelor de îmbrăcăminte vechi, putem debloca o sursă infinită de materiale, fie că transformăm un pulover gros de lână într-un fular confortabil sau blugi vechi într-o geantă de cumpărături (tote bag) elegantă. Această practică este o declarație puternică, demonstrând că, prin creativitate și atenție, putem crea ceva frumos și modern din trecut.



4.1 Dincolo de Materiale

Am învățat cum să găsim și să descompunem materialele. Acum, ne vom concentra pe cele două principii cheie care transformă materialele reciclate într-un articol de îmbrăcăminte de succes: designul durabil și viziunea creativă. Nu este suficient să coaseți pur și simplu ceva laolaltă; o piesă recondiționată (upcycled) cu adevărat ar trebui să fie suficient de rezistentă pentru a dura și suficient de frumoasă pentru a fi prețuită.

4.2 Principiile Designului Durabil

Designul durabil este practica de a crea un produs care este conceput să reziste. Pentru moda recondiționată (upcycled), acest lucru înseamnă că creațiile dumneavoastră vor trece testul timpului, îndeplinind obiectivul principal al sustenabilității.

- **Întăriți Punctele Cele Mai Slabe:** Acordați o atenție specială zonelor care sunt supuse celui mai mare stres, cum ar fi cusăturile, butonierele și buzunarele.
- **Alegeți Cusăturile Potrivite:** Folosiți cusături puternice care nu se vor desface ușor. De exemplu, o cusătură înapoi (backstitch) este mult mai sigură decât o simplă cusătură dreaptă (running stitch). Pentru tivuri, o cusătură de tiv invizibilă (blind hem stitch) poate crea un finisaj curat și durabil.
- **Luați în Considerare Viitorul Țesăturii:** Dacă uniți o țesătură groasă cu una subțire, țesătura mai puternică o poate rupe pe cea mai slabă. Plănuiți-vă designul astfel încât să folosiți materiale compatibile sau să întăriți țesătura mai slabă.



Design Durabil și Viziune Creativă

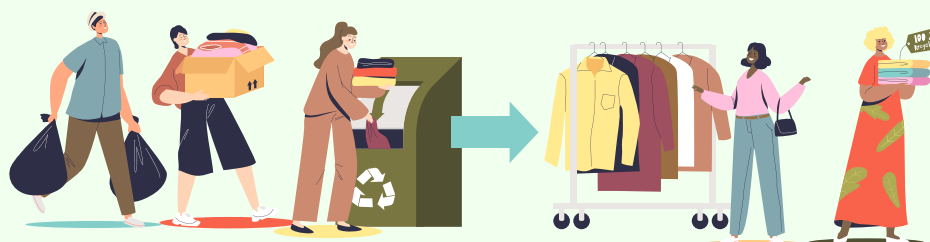
4.3 Cultivarea Viziunii Creative

Aceasta este partea artistică a procesului. Viziunea dumneavoastră creativă este cea care face ca o piesă să fie cu adevărat unică. Este vorba despre transformarea unui obiect simplu în ceva cu o nouă identitate.

- **Găsiți-vă inspirația:** Priviți dincolo de modă. Găsiți inspirație în artă, natură, arhitectură sau chiar în perioadele istorice.
- **Spuneți o Poveste:** Gândiți-vă la originea materialului dumneavoastră. Ar putea denimul decolorat să spună povestea unei perechi de blugi mult iubiți? Această narațiune vă poate ghida alegerile de design.
- **Schițați și Experimentați:** Nu vă fie teamă să schițați mai multe idei. Experimentați draperia țesăturii deconstruite și vedeți ce forme și siluete capătă în mod natural.

4.4 Combinarea Durabilității și a Viziunii

Cele mai bune piese recondiționate (upcycled) sunt un amestec perfect al ambelor principii. Viziunea dumneavoastră creativă vă poate ghida către un design care se întâmplă să fie și durabil. De exemplu, un design unic realizat din petice poate servi și la întărirea unui punct slab, sau o cusătură decorativă de surfilare (overlock) poate consolida o cusătură. Cele două concepte nu sunt separate, ci sunt cele două jumătăți ale unui întreg.



Impactul Industriei Textile și Economia Circulară

- Ellen MacArthur Foundation. (2021). A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future
<https://content.ellenmacarthurfoundation.org/m/6d5071bb8a5f05a2/original/A-New-Textiles-Economy-Redesigning-fashions-future.pdf>
- European Environment Agency (EEA) / Eurostat
<https://www.eea.europa.eu/en>
- United Nations Economic Commission for Europe (UNECE)
Fashion and the SDGs: What Role for the UN?
- <https://sepiastories.in/recycled-fashion/>
- <https://www.senreve.com/blogs/the-handle/recycled-fashion-guide?srsId=AfmBOorJl7YXQmhRSEVJmVs5cwgyW8lvAeVQGmPjyA8ulpceKLrrqP-3>

Surse și Materiale

- https://textileexchange.org/app/uploads/2021/07/2019_MCI_Results-Guide.pdf
- https://www.aboutfarfetch.com/media/1677/farfetch-x-ngg_material-sourcing-guide_lr-compressed_lr.pdf
- <https://howtohigg.cascale.org/higg-index-tools/higg-product-tools/higg-msi/dive-deeper/msi-guidance-and-definition/material-categories/>

Design Durabil și Recondiționare

- Zero Waste Fashion Design by Timo Rissanen
- Aus, R., Moora, H., Vihma, M. et al. Designing for circular fashion: integrating upcycling into conventional garment manufacturing processes. *Fash Text* 8, 34 (2021) <https://rdcu.be/eO9rf>
- <https://picvisa.com/textile-upcycling/>





Perfecționarea Abilităților în Modă Reciclată pentru o Industrie Fără Deșeuri

33

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Tehnici de Producție, Recondiționare, Identificarea și Achiziția de Materiale Reciclate

Prepared by PRAMMER (AT)



PRAMMER



Co-funded by
the European Union

Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile și punctele de vedere exprimate aparțin exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă în mod necesar poziția Uniunii Europene sau a Agenției Executive pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.

În lumea de astăzi, industria modei se află la o răscruce, confruntându-se cu provocări ecologice și sociale semnificative. Fiind unul dintre cei mai mari poluatori la nivel global, moda contribuie la epuizarea resurselor, poluare și practici de muncă lipsite de etică. Cu toate acestea, această eră prezintă și o oportunitate de transformare. Practicile sustenabile nu mai sunt opționale, ci esențiale pentru viitorul industriei. Acest modul analizează strategiile de bază care pot ajuta la reducerea amprentei ecologice a sectorului modei, concentrându-se pe producția responsabilă, recondiționarea (upcycling) inovatoare și achiziția atentă a materialelor reciclate.

Prin adoptarea acestor practici, industria poate trece la o economie circulară, echilibrând profitabilitatea cu responsabilitatea ecologică și socială.



2.1 Principiile Slow Fashion (Moda Lentă)

Moda lentă (slow fashion) reprezintă o schimbare de paradigmă față de cultura rapidă și de consum (de unică folosință) a modei rapide (fast fashion). Aceasta pune accentul pe designul chibzuit, pe producția etică și pe crearea de articole de îmbrăcăminte care rezistă testului timpului. Spre deosebire de moda rapidă, care prioritizează volumele mari și rotația rapidă a stocurilor, moda lentă pledează pentru calitate în detrimentul cantității. Această abordare încurajează designerii și brandurile să se concentreze pe măiestrie, durabilitate și estetică atemporală, asigurând că fiecare piesă rămâne relevantă și funcțională timp de ani de zile.



Conceptul de aprovizionare și producție locală este esențial pentru moda lentă. Prin fabricarea mai aproape de casă, brandurile își pot reduce semnificativ amprenta de carbon, pot minimiza emisiile generate de transport și pot sprijini economiile locale. În plus, moda lentă adoptă adesea modele de producție în loturi mici sau la comandă (made-to-order), ceea ce nu doar reduce supraproducția, dar aliniază și producția mai strâns cu cererea reală. Această abordare conștientă favorizează o legătură mai profundă între consumatori și articolele lor vestimentare, promovând o cultură a aprecierii și a îngrijirii hainelor.

2.2 Producție Eficientă din Punct de Vedere al Resurselor

Inovația în producție este esențială pentru reducerea impactului asupra mediului al industriei modei. Tehnicile eficiente din punct de vedere al resurselor se concentrează pe minimizarea deșeurilor și pe optimizarea utilizării materialelor, energiei și apei.

O astfel de tehnică este tăierea tiparelor cu zero deșeuri (zero-waste pattern cutting), prin care designerii creează tipare care utilizează fiecare centimetru de țesătură, fără a lăsa resturi în urmă. Această metodă contestă procesele tradiționale de design, dar duce la reduceri semnificative ale deșeurilor textile.

O altă abordare revoluționară este prototiparea digitală. Prin utilizarea software-ului de modelare 3D, designerii își pot vizualiza și rafina creațiile virtual, reducând nevoia de mostre fizice. Acest lucru nu doar diminuează deșeurile de material, ci și accelerează procesul de design, permițând iterații mai rapide și cicluri de producție mai eficiente.

Conservarea apei este, de asemenea, un punct critic în producția sustenabilă. Tehnologiile precum vopsirea fără apă — cum ar fi vopsirea cu CO₂ elimină necesitatea utilizării excesive a apei și reduc scurgerile de substanțe chimice dăunătoare. Aceste inovații nu doar conservă resursele vitale, dar se aliniază și eforturilor globale de combatere a poluării și a schimbărilor climatice.



Recondiționarea în Modă

3.1 Ce înseamnă recondiționarea?

Recondiționarea (Upcycling) este un proces transformator care dă o nouă viață materialelor aruncate, convertindu-le în produse de valoare și calitate sporită. Spre deosebire de reciclarea tradițională — care adesea descompune materialele în componentele lor brute — recondiționarea păstrează și îmbunătățește integritatea materialului original, reducând deșeurile din gropile de gunoi și conservând resursele.

Această abordare creativă nu doar minimizează impactul asupra mediului, ci și încurajează inovația, permițând designerilor să realizeze piese unice, irepetabile, care spun o poveste. Prin adoptarea recondiționării, industria modei poate trece de la un model liniar de tipul „ia-produ-aruncă” la un sistem circular care celebrează sustenabilitatea și măiestria (McDonough & Braungart, 2002).



Reconstrucția în modă este pe cât de diversă, pe atât de imaginativă. Designerii folosesc o varietate de tehnici pentru a reutiliza materialele, fiecare oferind propriile sale beneficii estetice și funcționale:

- **Deconstrucția și Reasamblarea:** Această tehnică implică demontarea atentă a articolelor de îmbrăcăminte vechi și reconstruirea lor în designuri complet noi. De exemplu, o jachetă din denim vintage ar putea fi desfăcută și refăcută într-o vestă modernă, croită, sau o colecție de cămăși uzate ar putea fi transformată într-o rochie din petice. Deconstrucția încurajează creativitatea și provoacă designerii să vadă potențialul în ceea ce alții ar putea arunca.
- **Colajul Textil:** Prin combinarea diferitelor țesături, texturi și modele, designerii creează colaje izbitoare vizual care celebrează diversitatea și individualitatea. Această metodă rezultă adesea în piese îndrăznețe, eclectice, care reflectă un amestec de influențe culturale și istorice. Colajul textil nu este doar o practică sustenabilă, ci și o formă de expresie artistică, permițând experimentarea fără sfârșit cu culoarea, forma și silueta.



- **Broderia și Designul de Suprafață:** Adăugarea de broderii, aplicații sau alte ornamente poate îmbunătăți aspectul articolelor vestimentare recondiționate, ascunzând imperfecțiunile și introducând un nou interes vizual. Aceste tehnici pot transforma o piesă simplă, uzată, într-un articol de lux, realizat manual. Designul de suprafață oferă, de asemenea, o oportunitate de a încorpora motive culturale sau povești personale în modă, făcând fiecare piesă cu adevărat unică.
- **Vopsirea și Revopsirea:** Revopsirea este o modalitate puternică de a reîmprospăta țesăturile decolorate sau pătate, oferindu-le o nouă viață. Vopselele naturale, în special, pot adăuga profunzime și bogăție textilelor, evitând în același timp daunele ecologice asociate vopselelor sintetice. Această tehnică este deosebit de utilă pentru a crea colecții coerente din materiale nepotrivite sau decolorate.





DECONSTRUCTION



TEXTILE COLLAGING



3.3 Exemple

Recondiționarea a câștigat teren în întreaga industrie a modei, atât designerii emergenți, cât și cei consacrați adoptând principiile sale:

- **Marine Serre:** Cunoscută pentru designurile sale futuriste, dar sustenabile, Marine Serre încorporează țesături recondiționate în colecțiile sale de lux. Imprimeurile sale emblematice cu semilună apar adesea pe materiale vintage refăcute, îmbinând moda de lux cu conștiința ecologică.
- **RE/DONE:** Acest brand și-a creat un nume prin transformarea blugilor Levi's vintage în croieli moderne și elegante. Prin deconstruirea și reasamblarea denimului clasic, RE/DONE creează piese unice care atrag atât susținătorii sustenabilității, cât și consumatorii orientați spre modă.



4.1 Tipuri de Textile Reciclate

Industria modei se orientează tot mai mult către textilele reciclate ca modalitate de a reduce deșeurile și de a minimiza impactul asupra mediului. Textilele reciclate pot fi clasificate în linii mari în două tipuri principale:

- **Deșeuri Post-Consum:** Acestea sunt materiale provenite de la produse care au fost deja folosite de consumatori, cum ar fi haine vechi, textile de uz casnic sau accesorii. De exemplu, blugii uzați pot fi transformați în izolație pentru clădiri sau reutilizați în noi articole de îmbrăcăminte din denim. Această abordare nu doar deviază deșeurile de la gropile de gunoi, dar reduce și cererea de resurse virgine.
- **Deșeuri Post-Industriale:** Această categorie include materialele rămase din procesele de fabricație, cum ar fi resturile de țesături, ața tăiată sau stocurile nevândute. Multe branduri colectează acum aceste materiale și le refolosesc în produse noi, cum ar fi accesorii, tapițerii sau chiar linii de îmbrăcăminte complet noi. Prin reutilizarea deșeurilor post-industriale, companiile pot reduce semnificativ costurile de producție și daunele aduse mediului.

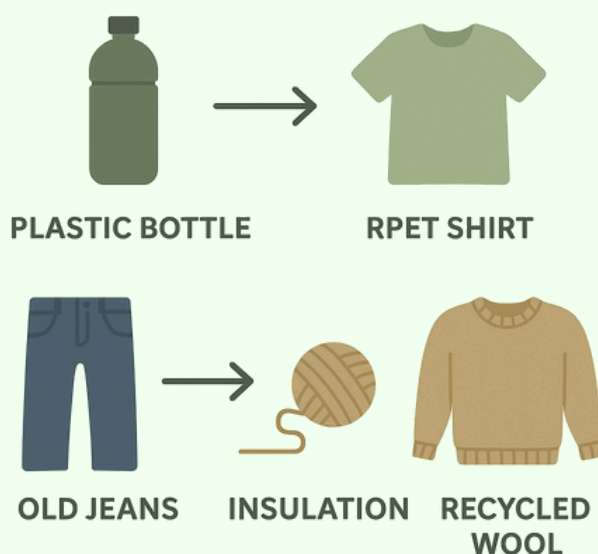
4.2 Materiale Reciclate Populare

Utilizarea materialelor reciclate câștigă teren pe măsură ce brandurile încearcă să se alinieze cu obiectivele de sustenabilitate și să răspundă cererii consumatorilor pentru produse ecologice. Printre cele mai populare materiale reciclate din modă se numără:

- **Bumbacul Reciclat:** Obținut din deșeuri textile, bumbacul reciclat este adesea amestecat cu bumbac virgin pentru a îmbunătăți durabilitatea și finețea. Acest material ajută la reducerea consumului de apă și a utilizării substanțelor chimice, fiind o alternativă mai sustenabilă la bumbacul convențional.

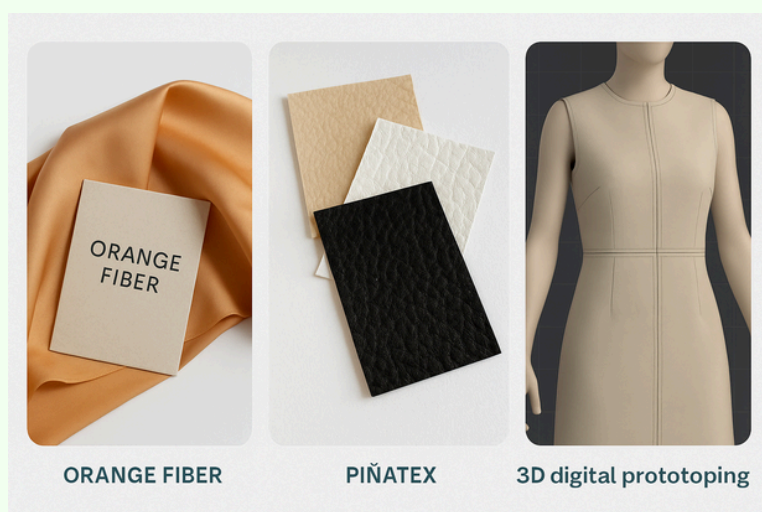
- **Poliesterul Reciclat (rPET):** Obținut din sticle de plastic, rPET este un material versatil și durabil, utilizat pe scară largă în articolele sport, îmbrăcămintea de exterior și accesorii. Procesul de conversie a sticlelor de plastic în fibră de poliester este eficient din punct de vedere energetic și reduce semnificativ poluarea cu plastic.
- **Lâna Reciclată:** Articolele de îmbrăcăminte vechi din lână și resturile de fabricație sunt reprocessate în fire noi, păstrând proprietățile naturale ale lânii și reducând, în același timp, deșeurile. Lâna reciclată este adesea folosită pentru tricotaje, paltoane și pături, oferind căldură și sustenabilitate.
- **Nylonul Reciclat:** Provenit din plase de pescuit aruncate și deșeurile industriale de plastic, nylonul reciclat este utilizat în costume de baie, ciorapi și îmbrăcăminte de exterior. Branduri precum ECONYL® au fost pionieri în regenerarea deșeurilor de nylon în fibre de înaltă calitate, ajutând la curățarea oceanelor și a gropilor de gunoi.

RECYCLED MATERIALS



Inovația în domeniul materialelor sustenabile ghidează industria modei către un viitor mai conștient din punct de vedere ecologic. Materialele pe bază biologică, derivate din resurse regenerabile, câștigă popularitate datorită impactului lor minim asupra mediului și proprietăților unice:

- **Orange Fiber:** Creată din subproduse citrice, Orange Fiber este o țesătură mătăsoasă, sustenabilă, utilizată în moda de lux. Acest material nu doar reduce deșeurile agricole, dar oferă și o alternativă la mătase care nu implică cruzimea față de animale.
- **Piñatex:** Fabricat din fibre de frunze de ananas, Piñatex este un material textil nețesut care imită pielea. Este ușor, respirabil și biodegradabil, fiind o alegere ideală pentru accesorii și încălțăminte.



4.4 Certificări și Etichete

Pe măsură ce consumatorii devin mai conștienți de sustenabilitate, certificările și etichetele joacă un rol crucial în verificarea autenticității materialelor reciclate și sustenabile. Printre cele mai recunoscute certificări se numără:

- **Global Organic Textile Standard (GOTS):** GOTS certifică faptul că textilele sunt fabricate din fibre organice și produse în condiții responsabile din punct de vedere ecologic și social.
- **Global Recycled Standard (GRS):** Această certificare asigură că produsele conțin materiale reciclate și că întregul proces de producție respectă criteriile sociale și de mediu stricte.
- **OEKO-TEX®:** O etichetă recunoscută la nivel global, OEKO-TEX® certifică faptul că textilele nu conțin substanțe nocive, fiind sigure atât pentru consumatori, cât și pentru mediu.
- **Cradle to Cradle Certified®:** Această certificare evaluează produsele pe baza performanței lor de mediu și sociale în cinci categorii: sănătatea materialelor, reutilizarea materialelor, energia regenerabilă, gestionarea apei și echitatea socială.



GOTS

Organic fibers & environmental criteria

OEKO-TEX®

OEKO-TEX®

Tested for harmful substances



GRS

Recycled materials verification



Cradle to Cradle

Circular product design

5.1 Practici de Aprovizionare Etică

Aprovizionarea etică se află în centrul modei sustenabile, asigurând că fiecare material și produs este achiziționat într-un mod care respectă atât oamenii, cât și mediul. Această abordare depășește simpla conformitate—reflectă un angajament față de responsabilitatea socială și de administrarea ecologică.

Transparența este esențială, deoarece brandurile trebuie să stabilească trasabilitatea completă de-a lungul lanțurilor lor de aprovizionare, de la extracția materiei prime până la asamblarea finală. Acest lucru nu doar le oferă consumatorilor posibilitatea de a face alegeri informate, dar îi și face pe producători responsabili pentru impactul lor.

Practicile de muncă echitabile sunt la fel de critice, brandurile încheind tot mai multe parteneriate cu furnizori care garantează salarii corecte, condiții de muncă sigure și respectarea drepturilor lucrătorilor, aliniindu-se adesea la standardele stabilite de organizații precum Fair Labor Association.

Auditul regulat al furnizorilor joacă un rol vital în menținerea acestor standarde, ajutând la identificarea zonelor de îmbunătățire și asigurând parteneriate etice pe termen lung.

5.2 Achiziții Locale și Regionale

Achiziționarea materialelor și a producției la nivel local sau regional oferă beneficii multiple atât pentru mediu, cât și pentru economiile locale:

- **Amprentă de Carbon Redusă:** Minimizează emisiile generate de transport și stimulează economiile regionale.
- **Lanțuri de Aprovizionare Mai Scurte:** Îmbunătățește capacitatea de reacție, controlul calității și relațiile cu furnizorii.
- **Conservarea Culturii:** Colaborează cu artizanii locali, păstrând măiestria și patrimoniul tradițional.

PROCUREMENT DECISION TREE



5.3 Parteneriate & Colaborări

47

Moda sustenabilă beneficiază enorm de pe urma colaborărilor. Prin parteneriate cu reciclatori, ONG-uri, inovatori de materiale și chiar cu alte branduri de modă, mărcile pot dezvolta sisteme cu circuit închis și pot accesa noi resurse sustenabile:

- **Reciclatori și Companii de Gestionare a Deșeurilor:** Parteneriatele cu organizațiile specializate în reciclarea textilelor pot ajuta brandurile să transforme deșeurile în materiale noi.
- **ONG-uri și Inițiative Industriale:** Organizații precum Fashion for Good și Sustainable Apparel Coalition oferă platforme pentru ca brandurile să își împărtășească cunoștințele, să acceseze finanțare și să adopte cele mai bune practici în materie de sustenabilitate.
- **Inovatori de Materiale:** Colaborarea cu startup-uri și instituții de cercetare axate pe materiale sustenabile poate oferi brandurilor acces la inovații de ultimă oră.

Integrarea Circularității în Sistemele de Modă

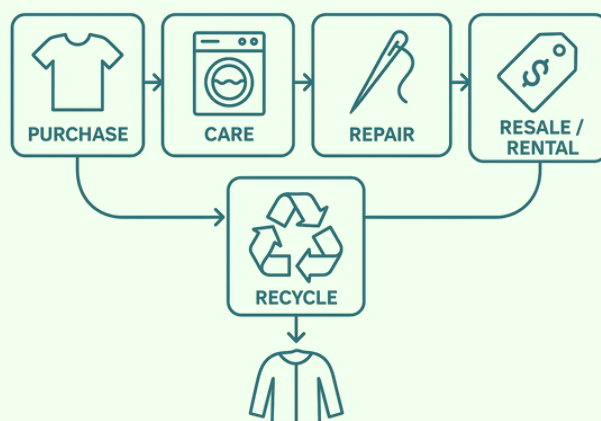
6.1 Sisteme cu Circuit Închis

Sistemele cu circuit închis redefinesc moda prin menținerea materialelor în uz cât mai mult timp posibil, reducând drastic deșeurile și consumul de resurse. Această abordare se bazează pe designul pentru dezasamblare, în care articolele de îmbrăcăminte sunt create pentru a fi desfăcute cu ușurință, permițând re folosirea sau reciclarea materialelor. De asemenea, brandurile implementează scheme de returnare (take-back schemes), încurajând consumatorii să returneze articolele uzate pentru reparații, revânzare sau reciclare. În plus, tehnologiile de recuperare a materialelor, cum ar fi reciclarea fibră-către-fibră, permit transformarea textilelor vechi în țesături noi, de înaltă calitate, închizând și mai mult ciclul și minimizând impactul asupra mediului.



Extinderea ciclului de viață al produselor de modă este esențială pentru reducerea deșeurilor și promovarea sustenabilității. Strategiile pentru a realiza acest lucru includ:

- **Servicii de Reparații:** Brandurile oferă servicii de reparații pentru a încuraja consumatorii să-și cârpească și să-și întrețină hainele, în loc să le arunce.
- **Modele de Revânzare și Închiriere:** Creșterea platformelor de revânzare precum ThredUp și The RealReal, precum și a serviciilor de închiriere precum Rent the Runway, facilitează accesul consumatorilor la modă fără a o deține în totalitate. Aceste modele mențin produsele în circulație și reduc cererea de articole noi.
- **Educarea Consumatorilor:** Educarea consumatorilor cu privire la practicile de îngrijire sustenabile — cum ar fi spălarea hainelor la temperaturi mai scăzute, uscarea la aer și depozitarea corectă — poate prelungi semnificativ durata de viață a articolelor vestimentare. Brandurile împărtășesc din ce în ce mai des sfaturi de îngrijire și organizează ateliere pentru a le oferi consumatorilor puterea de a face alegeri mai sustenabile (recycleclothing.com).



7.1 Provocări și Oportunități

Deși moda sustenabilă oferă un potențial imens, ea se confruntă și cu obstacole semnificative. Limitările materialelor rămân o problemă cheie, deoarece materialele reciclate și recondiționate (upcycled) înregistrează adesea o degradare a calității în timp, făcând dificilă menținerea durabilității și a performanței. Scalabilitatea este o altă provocare, deoarece recondiționarea și modelele circulare tind să fie intensive în muncă și necesită abilități specializate, limitând capacitatea lor de a satisface cererea pieței de masă. În plus, costul reprezintă o barieră majoră, deoarece materialele și certificările sustenabile vin adesea cu prețuri mai mari, făcând opțiunile ecologice mai puțin accesibile atât pentru branduri, cât și pentru consumatori.

7.2 Oportunități

- **Inovația:** Progresele în bio-fabricație, moda digitală și tehnologiile de reciclare (de exemplu, reciclarea fibră-către-fibră) creează alternative sustenabile și reduc deșeurile.
- **Cererea Consumatorilor:** Creșterea gradului de conștientizare și preferința pentru sustenabilitate, în special în rândul consumatorilor mai tineri, stimulează creșterea pieței pentru moda etică.
- **Sprijin Politic:** Reglementările precum Strategia UE pentru Textile Sustenabile și Circulare și inițiativele din industrie (de exemplu, Fashion Pact) încurajează practicile responsabile și oferă oportunități de finanțare.
- **Colaborarea:** Parteneriatele între branduri, reciclatori și ONG-uri favorizează soluții comune, în timp ce modelele de afaceri circulare (revânzare, închiriere, reparații) creează noi surse de venit.



Producția sustenabilă, recondiționarea (upcycling) și aprovizionarea conștientă sunt pilonii unui viitor circular al modei. Prin strategii de marketing eficiente, industria poate echilibra profitabilitatea cu responsabilitatea ecologică și socială. Astfel, următorul capitol va evidenția strategiile de marketing pentru antreprenorii de modă reciclată.



- Fletcher, K. (2010). Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. *Fashion Practice*, 2(2), 259–265.
- McDonough, W., & Braungart, M. (2002). *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. North Point Press.
- Rissanen, T., & McQuillan, H. (2016). *Zero Waste Fashion Design*. Fairchild Books.
- Niinimäki, K., Peters, G. M., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189–200.
- WRAP. (2024). *Textiles 2030: Annual Progress Report 2023–24*. WRAP. <https://wrap.org.uk/resources/report/textiles-2030-annual-progress-report-2023-24> wrap.ngo+1just-style.com+1
- Fashion for Good. (2022). *The Next Generation of Materials... From Waste. Fashion for Good*. https://fashionforgood.com/our_news/the-next-generation-of-materials-from-waste/ fashionforgood.com+2fashionforgood.com+2fashionforgood.com+2



10.1 Publicații Cheie și Seturi de Instrumente

- Ellen MacArthur Foundation. (2021). Circular business models: Redefining growth for a thriving fashion industry.
- <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/fashion/overview>
- Global Fashion Agenda & BCG. (2017). Pulse of the Fashion Industry.
- <https://globalfashionagenda.org/publications-and-policy/pulse-of-the-industry>
- Textile Exchange. (2023). Material Change Insights Report 2023.
- <https://textileexchange.org> (Go to “Insights” > “Reports”)
- Fashion Revolution. (2024). Fashion Transparency Index.
- <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/>

10.2 Platforme și Comunități Online

- Common Objective – A knowledge hub for ethical and sustainable fashion professionals.
- Sustainable Apparel Coalition – Tools like the Higg Index to measure social and environmental impacts.
- Textile Exchange – Certifications, materials benchmarking, and sourcing guidance.
- Circular Economy Club – A global network promoting circular innovation.

10.3 Șabloane și Liste de Verificare

- Upcycling Design Canvas – Guides the creation of new items from waste materials.
- Sustainable Sourcing Checklist – Criteria for evaluating eco-conscious suppliers.
- Supplier Traceability Template – Tracks where, how, and by whom materials are sourced.
- Eco-Certification Comparison Chart – Overview of labels like GOTS, OEKO-TEX®, Cradle to Cradle.

Glossar (Termeni selectați)

- Upcycling (Recondiționare) – Reprofilarea/Reutilizarea materialelor aruncate în produse de valoare mai mare.
- Circular Economy (Economie Circulară) – Un model axat pe eliminarea deșeurilor prin reutilizare, reparații și reciclare.
- Traceability (Trasabilitate) – Capacitatea de a verifica istoricul și traseul unui produs sau material.
- GOTS (Global Organic Textile Standard) – Standard principal pentru certificarea fibrelor organice.
- Closed-loop System (Sistem cu Circuit Închis) – Un sistem în care deșeurile sunt reciclate la nesfârșit, minimizând pierderea de resurse.





Perfecționarea Abilităților în Modă Reciclată pentru o Industrie Fără Deșeuri

54

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Brand cu Scop: Strategii de Marketing pentru Antreprenorii de Modă Reciclată

Pregătit de: Serbia on the Move



PRAMMER



Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile și punctele de vedere exprimate aparțin exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă în mod necesar poziția Uniunii Europene sau a Agenției Executive pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.

Marketing & Branding, Planificare de Afaceri & Management Financiar pentru Moda Reciclată

1. Introducere: De Ce Contează Brandingul în Moda Reciclată?

În era schimbărilor climatice, a supraconsumului și a poluării, industria modei se poziționează ca fiind unul dintre cei mai mari poluatori din lume. În fiecare an, milioane de tone de haine ajung în gropile de gunoi, în timp ce cantități enorme de apă, energie și materii prime sunt folosite pentru producerea de textile noi. Rezultatul este un ciclu care dăunează atât planetei, cât și oamenilor.

În acest context, moda reciclată nu mai este doar o tendință trecătoare – este o necesitate. Ea reprezintă o trecere către o economie circulară, în care deșeurile sunt transformate în resurse, iar hainele sunt concepute să dureze. Totuși, pentru ca moda reciclată să ajungă cu adevărat la un public larg și să influențeze comportamentul consumatorilor, brandingul joacă un rol crucial.



2. Ce este brand-ul?

Brandingul înseamnă mai mult decât un Logo.

Brandingul este adesea confundat doar cu un nume sau un logo. În realitate, un brand este mult mai mult:



Este sentimentul pe care îl au oamenii atunci când văd produsul tău, aud numele tău sau citesc mesajul tău.

Este identitatea ta, dar și promisiunea ta.

Comunică nu doar ceea ce vinzi, ci și ceea ce crezi. În moda reciclată, această distincție este și mai importantă. Un brand sustenabil trebuie să comunice atât stilul, cât și scopul. Astăzi, oamenii nu cumpără doar haine – ei cumpără valori, convingeri și un sentiment de apartenență.

Brandul tău trebuie să transmită clar: „Ne pasă de planetă. Schimbăm sistemul.”

3. Spunerea Poveștii Tale: Inima unui Brand Condus de un Scop

Povești de Succes: Cum să Înveți de la Lideri

- **Veja** – este un brand care produce adidași din materiale reciclate și organice. Forța sa constă în transparență și valori. Clienții nu cumpără doar pantofi – ei cumpără onestitate, sustenabilitate și o mișcare pentru practici mai bune.
- **Patagonia** – Un pionier în moda reciclată



Patagonia, fondată în 1973, a devenit un simbol global al modei responsabile. Cu mult înainte ca sustenabilitatea să devină populară, brandul experimenta deja cu materiale reciclate.

- **Materiale Reciclate:** Din 1993, au folosit sticle de plastic reciclate pentru a produce jachete de tip fleece.
- **Programul „Worn Wear”:** Încurajează repararea, reutilizarea și reciclarea articolelor de îmbrăcăminte, în locul consumului nesfârșit.
- **Activism:** Patagonia investește o parte din profiturile sale în cauze de mediu, folosindu-și deschis vocea pentru a lupta pentru planetă.
- **Transparență:** Clienții știu exact de unde provin materialele și cine produce hainele.

Rezultatul? Încrederea clienților, vânzări puternice și o mișcare globală. Patagonia demonstrează că brandingul în moda sustenabilă nu este doar marketing – este acțiune.

4. Identitatea Brandului în Acțiune: Nume, Logo, Culori și Slogan

Studiu de Caz: Wise Fashion

Wise Fashion este un concept de brand construit în jurul modei conștiente și responsabile – articole de îmbrăcăminte care protejează, nu dăunează, planetei. Identitatea sa combină estetica, sustenabilitatea și un mesaj clar: moda poate fi atât frumoasă, cât și o alegere înțeleaptă (wise choice).



Culori: Verde, care simbolizează natura, prospețimea și încrederea. Culorile minimaliste induc puterea a ceea ce înseamnă “less is more.”

Logo: O rechie (creație umană) combinata cu o frunză (natura). Această balanță ne arată cum se întrepătrund stilul cu ecologia.

Message: Wise Fashion nu este doar despre haine. Este o mișcare către alegeri potrivite pentru un viitor mai bun.

5. Alegerea canalelor media potrivite pentru promovare: Unde și cum să îți promovezi brandul.

- Culori: Verdele dominant simbolizează natura, prospețimea și încrederea. Designul minimalist al culorilor întărește ideea de „mai puțin înseamnă mai mult” (less is more).
- Logo: O formă de rochie/manechin (sugerând măiestria/croitoria) combinată cu o frunză (natura). Acest echilibru comunică atât stilul, cât și ecologia.
- Mesaj: Wise Fashion nu este doar o colecție de haine. Este o mișcare către alegeri conștiente și un viitor mai bun.

- Pe Facebook, concentrează-te pe crearea de grupuri și pe distribuirea de postări lungi (long-form) cu tematică ecologică.
- Pe Instagram, prioritizează elementele vizuale puternice, clipurile Reels despre procesul de reciclare și conținutul generat de utilizatori (UGC). Hashtag-uri precum #WearTheChange (PoartăSchimbarea) și #SustainableStyle (StilSustenabil) ajută la atingerea unui public mai larg.

6. Strategii de Marketing Eficiente cu Buget Redus

Pentru brandurile sustenabile noi, crearea notorietății nu necesită un buget masiv. Necesită creativitate, autenticitate și consecvență.

1. Storytelling-ul (Narativul) ca Instrument de Branding Distribuți informații despre sursa materialului, cum a fost reciclat și cine l-a realizat. Oamenii se conectează la povești, nu doar la produse.
2. Social Media ca Principal Canal Utilizați promovarea organică gratuită prin conținut vizual: videoclipuri scurte, transformări „înainte/după” ale reciclării și clipuri din culisele producției (behind-the-scenes).
3. Conținut Generat de Utilizatori (UGC) Încurajați clienții să distribuie fotografii folosind hashtaguri de brand. Acest lucru construiește încredere și comunitate fără costuri.

4. Micro-Influenceri și Ambasadori Eco. Fă parteneriate cu influenceri mici, dar implicați (500–5.000 de urmăritori), cărora le pasă cu adevărat de sustenabilitate. Autenticitatea lor construiește credibilitate.

5. Educația ca valoare a brandului: Partajează resurse gratuite precum mini-ghiduri („5 Moduri de a-ți face hainele să dureze mai mult”). Acest lucru poziționează brandul tău ca fiind atât responsabil, cât și informat (cunoscător).

6. Identitate Vizuală Minimalistă: Rămâi la elemente vizuale simple, recognoscibile – tipografie clară, tonuri de verde și pictograme inspirate de natură (eco-inspired). Acest lucru creează consecvență pe toate platformele.

7. Comunitate, nu doar clienți: Găzduiește sesiuni live de întrebări și răspunsuri (Q&A), ateliere (workshop-uri) sau schimburi de haine (clothing swaps). Poziționează-ți brandul ca o mișcare, nu doar ca o afacere.

7. Segmentarea Audienței: Pentru Cine Creezi (Design)?

Audiența țintă pentru moda reciclată și sustenabilă: Depășește cumpărătorii tradiționali de haine. Aceștia sunt consumatori conștienți care:

1. Își fac griji cu privire la impactul lor asupra mediului.
2. Aleg calitatea în detrimentul cantității.
3. Susțin brandurile oneste, transparente și responsabile.
4. Prețuiesc estetica combinată cu etica.

A crea pentru această audiență înseamnă a crea un brand care este mai mult decât îmbrăcăminte – este un stil de viață și o declarație de valori.

8. Concluzii Cheie și Pași Următori

Acum că bazele brandingului și ale promovării sunt clare, întrebarea este: Cum poți merge mai departe și transforma ideile în realitate? Iată pașii următori recomandați pentru oricine dorește să lanseze sau să dezvolte un brand de modă reciclată:

1. Definește-ți Valorile și Misiunea de Bază

Notează ce reprezintă brandul tău. Decide dacă te vei concentra pe reciclare, recondiționare (upcycling), economie circulară sau o combinație a acestora. Creează o declarație de misiune care poate fi comunicată într-o singură propoziție (de exemplu: „Moda care oferă deșeurilor o a doua viață”).

2. Începe cu Pași Mici, Testează și Învăță

Dezvoltă o primă colecție mică sau chiar o linie capsulă, folosind materiale reciclate. Testează-ți produsele cu un grup mic de clienți, obține feedback și rafinează-ți designul. Nu uita: calitatea și povestea (storytelling) contează mai mult decât cantitatea la început.

4. Construiește o Prezență Online Puternică

Configurează un site web simplu, dar profesional, sau un magazin online. Folosește Instagram și Facebook pentru a-ți prezenta povestea și a-ți construi prima comunitate. Postează consecvent, chiar dacă este doar o dată sau de două ori pe săptămână, pentru a rămâne vizibil.

5. Creează Parteneriate

Colaborează cu artizani locali, organizații de reciclare sau magazine ecologice. Parteneriază-te cu micro-influenceri care îți împărtășesc cu adevărat valorile. Aceste parteneriate îți amplifică acoperirea (reach-ul) fără costuri mari.

6. Măsoară-ți Impactul

Monitorizează cât de mult deșeu recyclezi sau câte articole de îmbrăcăminte salvezi de la gropile de gunoi. Partajează aceste rezultate cu audiența ta — cifrele adaugă credibilitate și inspiră încredere.

6. Planifică-ți Creșterea

Odată ce ai o comunitate loială, gândește-te la extindere: colecții noi, magazine pop-up sau colaborări. Rămâi fidel misiunii tale pe măsură ce crești. Clienții te vor urma dacă simt că autenticitatea ta rămâne neschimbată.

Test de Autoevaluare

De ce este importantă moda reciclată astăzi?

- a) Deoarece este întotdeauna mai ieftină decât hainele noi
- b) Deoarece tendințele modei se schimbă rapid
- c) Deoarece reduce deșeurile și economisește resursele
- d) Deoarece oamenilor le place stilul retro

(Răspuns corect: c)

Ce trebuie să comunice un brand din moda reciclată?

- a) Doar prețurile mici ale produselor
- b) Doar aspectul modern al hainelor
- c) Atât stilul, cât și scopul – valorile și grija față de planetă
- d) Doar un logo original

(Răspuns corect: c)

3. Ce companie este cunoscută pentru programul „Worn Wear”, care încurajează repararea și reutilizarea hainelor?

- a) Zara
- b) Patagonia
- c) H&M
- d) Nike

(Răspuns corect: b)

4. Ce strategie este recomandată pentru promovarea brandurilor sustenabile cu un buget redus?

- a) Reclame TV scumpe
- b) Reclame plătite în reviste de modă
- c) Utilizarea storytelling-ului, a rețelelor sociale și a micro-influencerilor
- d) Deschiderea de buticuri de lux

(Răspuns corect: c)

Planificare de Afaceri și Management Financiar pentru Moda Reciclată

De la Idee la Acțiune: Planificare de Afaceri și Noțiuni Financiare de Bază pentru Antreprenorii de Modă Reciclată

1. Elementele de Bază ale unui Plan de Afaceri Simplu

Un plan de afaceri este o hartă care transpune o idee în acțiune structurată. Mai jos sunt elementele de bază esențiale.

2.1 Rezumatul Executiv (Executive Summary)

- **Ce este:** O prezentare concisă a ideii de afaceri, a misiunii, viziunii și obiectivelor.
- **De ce contează:** Investitorii și părțile interesate (stakeholders) citesc adesea doar rezumatul executiv înainte de a decide dacă să continue (Scarborough, 2018).
- **Activitate:** Elaborează 5–6 propoziții care să rezume ideea ta de modă reciclată.

2.2 Descrierea Afacerii (Business Description)

- **Ce este:** O explicație detaliată a afacerii, a formei sale legale, a poveștii și a propunerii de valoare unice.
- **Relevanța pentru moda reciclată:** Subliniază modul în care afacerea contribuie la sustenabilitate, reducerea deșeurilor și practicile etice în modă (Fletcher & Tham, 2019).
- **Activitate:** Scrie un paragraf care descrie brandul tău și calitățile sale unice.

2.3 Modelul de Afaceri

- Ce este: Logica modului în care afacerea creează, livrează și captează valoare (Osterwalder & Pigneur, 2010).
- Pentru moda reciclată: Ar putea include vânzarea de produse unicat recondiționate (upcycled), găzduirea de ateliere (workshop-uri) sau oferirea de schimburi de haine (clothing swaps) bazate pe abonament.
- Activitate: Creează o diagramă care să arate intrările, procesele și fluxurile de venit ale afacerii tale.

2.4 Planul Operațional

- Ce este: Modul în care afacerea va funcționa zi de zi.
- Include: Producția, furnizorii, logistica și livrarea (Barringer & Ireland, 2019).
- Pentru moda reciclată: Pune accentul pe aprovizionarea ecologică, producția cu deșeuri minime și ambalajele verzi (Henninger et al., 2016).
- Activitate: Stabilește etapele de producție, de la aprovizionare până la client.

2.5 Planul Financiar

- Ce este: Cifrele care demonstrează viabilitatea afacerii.
- Include: Costurile de lansare (startup), costurile curente, stabilirea prețurilor și previziunile de venituri.
- De ce contează: O planificare financiară solidă asigură supraviețuirea și creșterea (Scarborough, 2018).
- Focus pentru moda reciclată: Prețurile ar trebui să echilibreze accesibilitatea (affordability) cu salarizarea echitabilă și aprovizionarea sustenabilă (Niinimäki & Hassi, 2011).

Activitate: Calculează costul unui produs și stabilește un preț de vânzare.



3. Pașii în bugetarea costurilor

1. Estimează volumul tău de producție

Decide câte produse vrei să realizezi și să vinzi în fiecare lună. Exemplu: 20 de jachete din denim upcycled (revalorificat creativ).

2. Listează costurile variabile (costuri care se modifică în funcție de producție).

- Materiale reciclate (de ex., blugi second-hand: 10 € pe jachetă)
- Manoperă (cusut: 12 € pe jachetă)
- Ambalare și transport (de ex., 4 € pe jachetă)

→ Costul variabil pe jachetă = 26 €

3. Calculează costurile fixe

4. Determină costul total pe produs

Împarte costurile fixe la numărul de produse, apoi adaugă costurile variabile.

Costul fix pe jachetă: $600 \text{ €} / 20 = 30 \text{ €}$

Costul total pe jachetă = $26 \text{ €} + 30 \text{ €} = 56 \text{ €}$

5. Stabilește-ți prețul

Adaugă o marjă de profit. De exemplu, dacă dorești o marjă de 30%:

Preț de vânzare = $56 \text{ €} \times 1,3 = 72,80 \text{ €}$

6. Calculează pragul tău de rentabilitate

Pragul de rentabilitate = $\text{Costuri fixe} / (\text{Preț de vânzare} - \text{Cost variabil})$

$600 \text{ €} / (72,80 \text{ €} - 26 \text{ €}) = 600 \text{ €} / 46,80 \text{ €} = \text{aprox. } 13 \text{ jachete}$

=> Trebuie să vinzi cel puțin 13 jachete pe lună pentru a-ți acoperi costurile.

Concluzie: Trebuie să vinzi cel puțin 13 jachete pe lună pentru a-ți acoperi costurile.

Instrumente pe care le poți folosi

- Foi de calcul (Excel, Google Sheets) – sunt ușor de folosit pentru calcule.
- Aplicații de contabilitate gratuite precum Wave sau Zoho – te ajută să urmărești cheltuielile și vânzările.

4. Noțiuni de Bază despre Previziunea Financiară și Gândirea pe Termen Lung

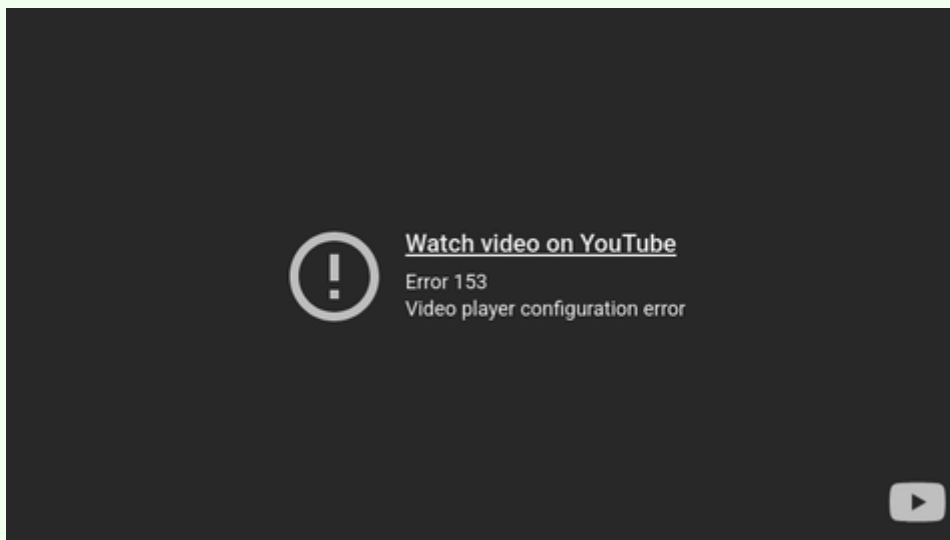
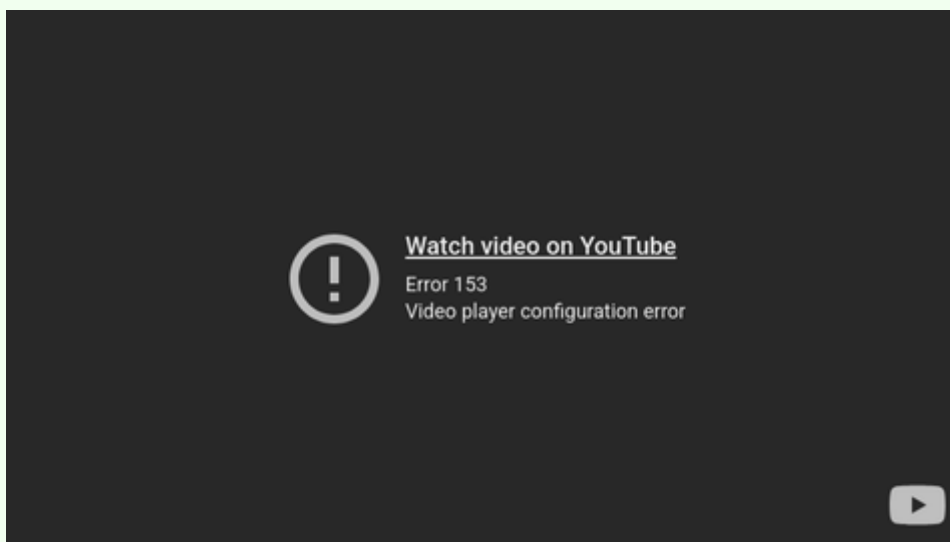


Previziunea (Forecasting) înseamnă estimarea veniturilor și a cheltuielilor în timp. Pentru startup-uri, previziunea simplă poate include:

1. Analiza pragului de rentabilitate (break-even analysis): Când veniturile vor acoperi costurile.
2. Proiecții de vânzări: Bazate pe cererea realistă a pieței.
3. Previziunea fluxului de numerar (cash-flow forecasting): Asigurarea lichidității necesare pentru plata furnizorilor și a angajaților.

Pentru moda reciclată, previziunea trebuie să țină cont și de fluctuațiile în aprovizionare (disponibilitatea materialelor second-hand) și de cererea sezonieră (de exemplu, vânzările de sărbători). Gândirea pe termen lung încurajează antreprenorii să se extindă în mod responsabil, menținând sustenabilitatea în centrul activității (Fletcher & Tham, 2019).

5. Povești Inspiraționale ale Tinerilor Antreprenori



6. Self-Assessment Test

Întrebarea 1

Care este scopul principal al creării unui buget pentru o afacere de modă reciclată?

- a) Pentru a impresiona investitorii
- b) Pentru a înțelege costurile și a controla cheltuielile
- c) Pentru a crește taxele
- d) Pentru a evita realizarea unui plan de afaceri

Răspuns Corect: b) Pentru a înțelege costurile și a controla cheltuielile

Întrebarea 2

Dacă costurile fixe lunare sunt de 500 € și costul variabil pe produs este de 15 €, care este costul total pentru producerea a 10 articole?

- a) 150 €
- b) 500 €
- c) 650 €
- d) 350 €

Răspuns Corect: c) 650 €

(Explicație: $500 \text{ € cost fix} + (15 \text{ €} \times 10) \text{ cost variabil} = 650 \text{ €}$)

Întrebarea 3

Dacă o jachetă costă 40 € pentru a fi produsă și dorești o marjă de profit de 25%, care ar trebui să fie prețul de vânzare?

- a) 45 €
- b) 50 €
- c) 55 €
- d) 60 €

Răspuns Corect: b) 50 €

(Explicație: $40 \text{ €} \times 1,25 = 50 \text{ €}$)

Întrebarea 4

Ce înseamnă „pragul de rentabilitate” (break-even point)?

- a) Momentul în care vinzi un articol pentru prima dată
- b) Numărul de produse pe care trebuie să le vinzi pentru a acoperi toate costurile
- c) Suma de bani pe care o obții după realizarea profitului
- d) Momentul în care costurile tale scad

Răspuns Corect: b) Numărul de produse pe care trebuie să le vinzi pentru a acoperi toate costurile

Referințe:

Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2019).

Entrepreneurship: Successfully launching new ventures (6th ed.). Pearson.

Fletcher, K., & Tham, M. (2019). *Fashion and sustainability: Design for change.* Laurence King Publishing.

Henninger, C. E., Alevizou, P. J., & Goworek, H. (2016). *Sustainability in fashion: A review and future pathways.* Journal of Fashion Marketing and Management, 20(4), 400–416.

Niinimäki, K., & Hassi, L. (2011). *Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and fashion.* Journal of Cleaner Production, 19(16), 1876–1883.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers.* John Wiley & Sons.

Scarborough, N. M. (2018). *Essentials of entrepreneurship and small business management (9th ed.).* Pearson.

YouTube. (2024). *Inspirational stories of young entrepreneurs*

[Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=7i0QMnz4ExY>



Perfecționarea Abilităților în Modă Reciclată pentru o Industrie Fără Deșeuri

76

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Noțiuni de etică în Moda Reciclată

Pregătit de: Fundația
Inkubator Innowacji



PRAMMER



Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile și punctele de vedere exprimate aparțin exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă în mod necesar poziția Uniunii Europene sau a Agenției Executive pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.

Considerații Etice și Sociale în Moda Reciclată

Moda este ”țesută” în structura societății noastre, iar producția excesivă de piese vestimentare nu are doar implicații ecologice profunde, ci ridică și considerente etice și sociale specifice.

Ascensiunea modei rapide (fast fashion) a dus la injustiție ecologică, colonialism al deșeurilor și practici de muncă exploatoare în țările cu venituri mici și medii. Conștientizarea în creștere a consumatorilor ajută la schimbarea tiparelor de consum și încurajează o producție mai etică, dar fără transparență, brandurile recurg adesea la greenwashing (ecopostură) pentru a părea mai ecologice decât sunt de fapt. Aceasta este o practică dăunătoare, deoarece păcălește clienții să creadă că au făcut alegeri mai bune și subminează încrederea în toate inițiativele conștiente de mediu.

Moda reciclată este o alternativă la producția nesfârșită de haine noi. Ea poate lua multe forme: mărunțirea textilelor vechi pentru a obține fire noi, descompunerea chimică a fibrelor pentru a crea altele noi, reutilizarea și revânzarea articolelor (platforme precum Vinted ar fi un bun exemplu), downcycling (transformarea textilelor vechi în ceva de valoare mai mică, de exemplu, haine din bumbac în cârpe industriale) și upcycling (transformarea creativă a textilelor vechi în articole de calitate superioară).

Considerații Etice și Sociale în Moda Reciclată

Practicile de modă reciclată susțin consumul responsabil de modă și distribuția valorii prin intermediul economiilor locale de reparații, având un impact pozitiv asupra mediului.

Conform BCG (1), 80% din toate hainele aruncate nu sunt niciodată refolosite sau reciclate, ajungând în schimb în depozitele de deșeuri (gropile de gunoi) sau incineratoare. Pentru a pune lucrurile în perspectivă, în 2024, am aruncat suficiente haine pentru a umple 200 de stadioane olimpice, am refolosit până la 12% dintre ele și am reciclat mai puțin de 1% .

De ce este acest lucru atât de important? Industria modei este responsabilă pentru aproximativ 10% din emisiile globale de gaze cu efect de seră.

Producția de textile reprezintă 92% din acest număr. Având în vedere că producția de textile s-a dublat de peste două ori începând cu anul 2000, moda reciclată abordează problema de la rădăcină: producția nesfârșită de material nou.

Surse:

1. Sajdeh, R., Martinez-Pardo, C., Meyer zum Felde, A., Lange, T., Tieri, E., & Evans, E. (2025, 12 august). Transformarea deșeurilor textile în valoare. Boston Consulting Group. Moda este ”țesută” în fibra societății noastre, iar producția excesivă de modă nu are doar implicații ecologice profunde, ci ridică și considerații etice și sociale specifice.

Considerații Etice și Sociale în Moda Reciclată

Moda reciclată este o alternativă la producția nesfârșită de haine noi. Ea poate lua multe forme: mărunțirea textilelor vechi pentru a obține fire noi, descompunerea chimică a fibrelor pentru a crea altele noi, reutilizarea și revânzarea articolelor (platforme precum Vinted ar fi un bun exemplu), downcycling (transformarea textilelor vechi în ceva de valoare mai mică, de exemplu, haine din bumbac în cârpe industriale) și upcycling (transformarea creativă a textilelor vechi în articole de calitate superioară).

Sursă:

1. Convenția-cadru a Națiunilor Unite asupra schimbărilor climatice. (2018, 6 septembrie). UN helps fashion industry shift to low carbon (ONU ajută industria modei să treacă la emisii reduse de carbon).

Moda este țesută în structura societății noastre, iar producția excesivă de modă nu are doar implicații ecologice profunde, ci ridică și considerații etice și sociale specifice.

Ascensiunea modei rapide (fast fashion) a dus la injustiție ecologică, colonialism al deșeurilor și practici de muncă exploatoare în țările cu venituri mici și medii. Conștientizarea în creștere a consumatorilor ajută la schimbarea tiparelor de consum și încurajează o producție mai etică, dar fără transparență, brandurile recurg adesea la greenwashing (ecopostură) pentru a părea mai ecologice decât sunt de fapt. Aceasta este o practică dăunătoare, deoarece păcălește clienții să creadă că au făcut alegeri mai bune și subminează încrederea în toate inițiativele conștiente de mediu.

Etica Modei Reciclate

Deși consumul excesiv de modă este o problemă globală, statisticile europene reflectă tendințele internaționale. Potrivit Agenției Europene de Mediu, în 2022, cele 27 de state membre ale Uniunii Europene au generat 16 kilograme de deșeuri textile pe cetățean – o cantitate estimată la 6,94 milioane de tone de deșeuri textile.

Vestea proastă este că, la nivelul UE, aproximativ 11,1 kg de textile și încălțăminte pe persoană nu au fost colectate separat și și-au pierdut șansa de a fi reciclate sau reutilizate. La nivel global, deșeurile textile se ridică la o avere de 150 de miliarde de dolari, pierduți sub formă de materii prime care au ajuns la groapa de gunoi, în loc să fie reintroduse în producție. Pentru a pune lucrurile în perspectivă, aceeași sursă sugerează că recuperarea a doar 25% dintre acestea este suficientă pentru a compensa cheltuielile anuale cu materialele pentru cele 30 de cele mai mari companii de modă din lume.

Producția excesivă de modă ridică multe probleme etice: maximizează poluarea cu microplastice, creează gropi de gunoi gigantice în țările cu venituri mici și crește consumul de energie și apă într-o lume în care apa devine o resursă tot mai rară de la an la an.

Reciclarea, în toate formele sale, compensează o parte din daune, în special atunci când susține circularitatea pe termen lung.

Problema apare atunci când reciclarea este doar o fațadă și nu este atât de ecologică sau etică pe cât se promite. ***Greenwashing-ul, externalizarea poverii deșeurilor către comunități defavorizate sau reciclarea chimică cu substanțe toxice*** creează probleme noi-nouțe și, din păcate, par să fie „la modă” în cadrul industriei.

Etica Modei Reciclate

Reciclarea etică este justă din punct de vedere ecologic, social și economic și se concentrează pe impactul tangibil, nu pe statistici corporative frumos prezentate. În forma sa optimă, aceasta reduce deșeurile textile, promovează consumul responsabil de modă, crește conștientizarea ecologică, încurajează creativitatea umană și susține economiile locale prin producție la scară mică, reparații și revânzare.

Surse:

1. Sajdeh, R., Martinez-Pardo, C., Meyer zum Felde, A., Lange, T., Tieri, E., & Evans, E. (2025, August 12). Spinning textile waste into value. Boston Consulting Group. <https://www.bcg.com/publications/2025/spinning-textile-waste-into-value>

2. European Environment Agency. (2024, May 21). Management of used and waste textiles in Europe's circular economy.

<https://www.eea.europa.eu/en/circularity/sectoral-modules/textiles/textile-waste-generation-per-person-in-the-eu-per-year>

50 de Nuanțe de Greenwashing

Atunci când sustenabilitatea devine doar un instrument de marketing, iar brandurile fac afirmații exagerate sau înșelătoare despre originea reciclată a produselor lor, vorbim despre greenwashing (ecopostură).



50 de Nuanțe de Greenwashing

Greenwashing-ul este peste tot în jurul nostru și adesea începe cu etichete înșelătoare pe haine. Un exemplu: un brand de modă rapidă care lansează o linie „eco-friendly” cu cuvinte precum „sustenabil” și „eco-conștient” scrise pe toate etichetele și o mică notă că doar 7% din material este de fapt reciclat. **Altă rețetă pentru o campanie de greenwashing?** Pretenții mari, inițiative nobile și transparență minimă. Dacă un brand promovează inițiative de reciclare și colectează textile, dar nu dezvăluie procentul de articole reciclate, cifrele probabil nu sunt impresionante. **Adesea, campaniile de reciclare omit faptul că majoritatea articolelor colectate sunt downcycling (transformate în obiecte de valoare mai mică, cum ar fi cârpele industriale) sau exportate în țări cu venituri mai mici.**

Uneori, brandurile pretind că folosesc materiale reciclate, dar fără a avea în vedere sustenabilitatea, producând haine care pot fi purtate de câteva ori înainte de a deveni de unică folosință.

Dacă lansează constant colecții de modă reciclată pentru a face declarații despre sustenabilitate, în timp ce își cresc producția totală și consumul de apă de la an la an, acesta este un alt exemplu de greenwashing ambalat frumos.

50 de Nuanțe de Greenwashing

Cel mai bun antidot împotriva greenwashing-ului (ecoposturii) este educarea consumatorilor susținută de transparența brandurilor. Sursele de date verificabile și conștientizarea ecologică lasă puțin loc pentru afirmații exagerate. Producerea unor volume mari de haine cu durată de viață scurtă din materiale reciclate nu este etică, chiar dacă este etichetată ca fiind „eco-conștientă”.

Greenwashing-ul este o formă de înșelăciune a clienților care erodează încrederea oamenilor în inițiativele sustenabile, întârzie schimbările sistemice necesare pentru un impact real și transferă cea mai mare parte a responsabilității ecologice asupra clienților, mai degrabă decât asupra producătorilor.

Iată câteva întrebări care vă ajută să identificați campaniile de greenwashing:

- Informațiile de pe etichetă sunt ușor de verificat cu date reale?
- Câte articole din linia ecologică sunt de fapt realizate din materiale reciclate?
- Care este procentul de textile reciclate utilizat în producție?
- Colecția este produsă în volume de masă?
- Cât de transparent este lanțul lor de aprovizionare?

Transparența în Modă și Strategiile UE privind Textilele

În timp ce munții de deșeuri din gropile de gunoi cresc la nivel mondial, iar un articol de îmbrăcăminte obișnuit în Europa este purtat de 7 până la 10 ori înainte de a fi aruncat, UE a lucrat la strategii privind textilele pentru a combate deșeurile textile. Primul pas a fost deja făcut: conform noilor legi ale UE privind deșeurile, toate statele membre trebuie să se asigure că există puncte separate de colectare a deșeurilor textile.

Deșeurile textile nu mai pot fi amestecate cu deșeurile menajere generale și, prin urmare, pot fi reciclate.

Strategia UE pentru Textile Sustenabile și Circulare vizează transformarea sectorului textil până în 2030. Piața textilă a UE din viitor este menită să fie plină de articole de îmbrăcăminte durabile, reciclabile și reciclate, care urmează principiile economiei circulare și pot fi refolosite, reparate și reutilizate de mai multe ori pe parcursul duratei lor de viață.

Iată pașii pe care UE îi va întreprinde către un viitor mai bun pentru textile:

- **Introducerea cerințelor obligatorii de ecodesign:** Prelungirea duratei de viață a produselor textile le reduce impactul asupra climei, astfel încât UE va elabora cerințe obligatorii, specifice produselor, de ecodesign privind durabilitatea, reparabilitatea, reutilizarea și conținutul de fibre reciclate.

Transparența în Modă și Strategiile UE privind Textilele

- **Transparență sistemică și interzicerea distrugerii produselor nevândute sau returnate:** Marile companii vor fi obligate public să dezvăluie numărul de produse pe care le aruncă sau le distrug, inclusiv textilele. De asemenea, va exista o interdicție a distrugerii produselor nevândute de toate tipurile, inclusiv articolele returnate.
- **Reducerea poluării cu microplastice: textilele fabricate din fibre sintetice (de exemplu, poliesterul) se numără printre principalele surse de eliberare involuntară a microplasticelor.** Microplasticele contaminate lanțurile noastre alimentare, distrug viața animală și nu se biodegradează niciodată, rămânând în ecosistemele noastre timp de secole. Cea mai mare cantitate de microplastice este eliberată în primele 5-10 spălări (în special ale articolelor de modă rapidă). UE dorește să abordeze problema prin impunerea cerințelor de design, pre-spălarea la fabricile industriale, precum și prin filtre speciale pentru mașinile de spălat și detergenți blânzi care minimizează cantitatea de microplastice eliberate în timpul spălării.

Transparența în Modă și Strategiile UE privind Textilele

Surse:

- Sustainability Directory. (2025, September 20). *EU regulations drive fashion transparency and waste reduction*. <https://news.sustainability-directory.com/fashion/eu-regulations-drive-fashion-transparency-and-waste-reduction>
- European Commission. (2022, March 30). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles (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

Transparența în Modă și Strategiile UE privind Textilele

Noua strategie a UE privind textilele este menită să facă reutilizarea și repararea textilelor profitabile și accesibile, cu servicii de reparare a textilelor disponibile pe scară largă pe întregul continent, și să reducă la minimum deșeurile textile. Prin concept, gropile de gunoi nu vor mai fi destinația finală pentru textile după prima lor utilizare.

Reciclarea va deveni implicită prin lege.

Măsuri Cheie

- **Introducerea unui Pașaport Digital al Produsului pentru Textile:** Fiecare produs textil va fi însoțit de o înregistrare digitală cu informații despre circularitatea sa (este reciclabil? poate fi reparat dacă se rupe?), compoziția fibrelor și impactul asupra mediului (este durabil? cum a fost fabricat?) și proveniența acestuia.
- **Reducerea Greenwashing-ului:** Afirmațiile ecologice vor necesita dovezi – companiile de modă vor trebui să ofere clienților o garanție comercială de durabilitate și informații relevante privind opțiunile de reparare. Articolele vor avea propriul scor real de reparabilitate pentru a informa clienții despre durabilitatea lor. Orice afirmație ecologică va fi verificată pentru a descuraja încercările de greenwashing și pentru a spori transparența în modă.
- **Responsabilitate Extinsă a Producătorului, nu culpabilizarea clientului:** Obiectivul cheie este menținerea angajamentului producătorilor în procesul de colectare a textilelor, fie financiar, fie operațional, pentru a crea un sistem eficient de colectare, sortare, reutilizare, pregătire pentru reutilizare și reciclare pe întreg teritoriul UE.

Remodelarea Culturală a Tiparelor de Consum de Modă

Adevărata revoluție a textilelor începe cu o remodelare culturală a relației noastre cu moda. Moda rapidă (fast fashion) promovează consumul rapid, cu atașament emoțional redus față de haine și fără nicio considerație pentru deținerea conștientă. Folosește, aruncă și repetă. Trecerea la o deținere conștientă de modă, care se concentrează pe calitate și durabilitate, mai degrabă decât pe cantitate, este un real pas cultural înainte.



Remodelarea Culturală a Tiparelor de Consum de Modă

Deținerea conștientă de articole vestimentare ne învață să avem grijă de hainele noastre, să le alegem în funcție de durabilitate și de posibilitatea de a fi reparate, mai degrabă decât în funcție de tendințe și de satisfacția rapidă (dopamine hits), și să reînviem practici tradiționale precum cusutul, peticirea și upcycling-ul (revalorificarea creativă).

Creșterea economiilor locale de reparații, prin centre comunitare de cusut, magazine de modă reciclată, magazine second-hand și proiecte de upcycling, pune bazele economiilor circulare locale.

Beneficiile sunt nenumărate:

- cicluri de viață extinse ale produselor și reducerea deșeurilor
- legături comunitare mai puternice, autonomie sporită și reziliență la crize (repararea articolelor face ca achizițiile noi să fie inutile)
- recuperarea abilităților pierdute, prietenoase cu principiul „zero deșeuri”, precum cusutul
- crearea de locuri de muncă locale și sprijinirea proiectelor meșteșugărești

Atelierele de upcycling și cusut din Europa deblochează creativitatea și favorizează atașamentul emoțional față de propriile haine: un lucru imposibil de realizat cu articolele de fast fashion de unică folosință, care nu rezistă mai mult de câteva purtări.

Mișcarea modei reciclate este un efort colectiv de a ne reconecta cu hainele pe care le purtăm, de a remodela modul în care consumăm și de a ne asuma responsabilitatea pentru ceea ce deținem și pentru impactul pe care îl are asupra planetei noastre.

Remodelarea Culturală a Tiparelor de Consum de Modă

Reinventarea textilelor este o chestiune de imaginație: materialele pot fi refolosite și reutilizate (repurpose) în multe moduri creative.

Textilele aruncate pot fi transformate în:

- jucării pentru câini
- geți tip „banană” (marsupii) unice pentru călătorii
- geți colorate pentru laptop
- păpuși handmade (lucrate manual)
- noi designuri unice
- covoare
- carpete/preșuri
- portofele

Cu abilități de cusut, posibilitățile sunt infinite. Upcycling-ul (revalorificarea creativă) nu doar că reduce deșeurile textile, dar oferă clienților și produse cu adevărat unice, care se remarcă în era producției de masă.

Remodelarea Culturală a Tiparelor de Consum de Modă

O educație adecvată despre costurile reale ale modei rapide (fast fashion) este o parte integrantă a remodelării consumului colectiv de modă. Adevărata schimbare începe atunci când oamenii cumpără mai puțin, repară mai mult și reutilizează textilele mai des. Numărul tot mai mare de inițiative locale de cusut și upcycling (revalorificare creativă) le oferă oamenilor abilități valoroase de reparare care încurajează un consum de modă conștient.

Alegerile etice sunt rareori comode, dar, cu un acces mai ușor la punctele de colectare a deșeurilor textile, cu o transparență sporită a brandurilor și cu mai multe opțiuni locale de reparații, reciclarea poate fi integrată în viața de zi cu zi a cetățenilor UE cu mai puțin efort decât oricând.



Reinventarea Textilelor: Creează un Proiect de Modă Reciclată

Reinventarea textilelor începe cu fiecare dintre noi. Folosirea imaginației pentru a înțelege ce presupune derularea unui proiect de modă reciclată sau chiar a unei afaceri ne poate ajuta să înțelegem mai bine costurile ascunse ale modei rapide (fast fashion). Proiectele etice de modă reciclată vin la pachet cu diverse considerații socio-etice care nu pot fi ignorate.

Concepe-ți propriul proiect de modă reciclată. Ce ai vrea să upcyclezi (să revalorifici creativ) sau să reutilizezi (să repurposezi)? Iată un set rapid de întrebări de luat în considerare pentru proiectul tău imaginar:

- Sunt materialele folosite în proces cu adevărat reciclate/recuperate?
- Sunt materialele durabile și sigure de utilizat?
- Sunt lucrătorii plătiți în mod echitabil? Sunt condițiile de muncă bune?
- Divulgi informațiile despre lanțul de aprovizionare? Care este nivelul de transparență dorit?
- Este ambalajul ecologic?
- Sunt disponibile opțiuni de reparație (re-pair) sau de preluare înapoi (take-back)?
- Designurile prioritizează sustenabilitatea pe termen lung în detrimentul tendințelor pe termen scurt?

Proiectele și afacerile etice de modă reciclată minimizează impactul asupra mediului, oferă transparență totală cu privire la materialele utilizate și la practicile din lanțul de aprovizionare și asigură echitatea, în special în ceea ce privește plata și condițiile de muncă. Sursa transparentă a materialelor din fluxuri de reciclare verificate (colectarea textilelor de la oameni, fabrici, producători), practicile de muncă echitabile, designul circular și reciclabil, precum și implicarea și colaborările locale, bazate pe comunitate, se numără printre cele mai bune practici de modă etică pentru brandurile și proiectele existente și emergente.

Reinventarea Textilelor: Creează un Proiect de Modă Reciclată

Moda rapidă (fast fashion) prosperă atunci când clienții sunt pasivi, obsedați de tendințe și cantitate, și indiferenți față de consecințele pe termen lung ale consumului excesiv de modă. Noi deținem hainele sau ne deținem ele pe noi, dacă shoppingul devine aproape compulsiv? Reinventarea textilelor începe cu responsabilitatea personală și colectivă față de lucrurile pe care le deținem și le consumăm.

Moda reciclată este o formă practică de creativitate și grijă față de mediu.

Aceasta este cea mai bună etichetă de pe piață.





Perfecționarea Abilităților în Modă Reciclată pentru o Industrie Fără Deșeuri

95

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Vă mulțumim!



PRAMMER



Co-funded by
the European Union

Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile și punctele de vedere exprimate aparțin exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă în mod necesar poziția Uniunii Europene sau a Agenției Executive pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.