



2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Szanse na rozwój kompetencji w modzie z recyklingu dla budowania branży świadomej problemu odpadów - WISE FASHION

MODUŁY



PRAMMER



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Spis treści

Moduły



01

Temat: Wprowadzenie do mody z recyklingu oraz przedsiębiorczego sposobu myślenia i innowacyjności

Strona 3

02

Podstawy projektowania mody z recyklingu

Strona 12

03

Techniki produkcji, upcykling, pozyskiwanie i zakup materiałów pochodzących z recyklingu

Strona 30

04

Marka z misją: strategie marketingowe dla przedsiębiorców zajmujących się modą z recyklingu

Strona 49

05

Etyka mody z recyklingu

Strona 71



Szanse na rozwój kompetencji w modzie z recyklingu dla budowania branży świadomej problemu odpadów

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

TEMAT: Wprowadzenie do mody z recyklingu oraz przedsiębiorczości i innowacyjności

Moduł przygotowany przez:
ASDIT



PRAMMER



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Wprowadzenie do mody z recyklingu oraz przedsiębiorczości i innowacyjności

1. Wstęp:

W swojej obecnej formie globalny przemysł modowy jest odpowiedzialny za znaczną część wytwarzanych na świecie odpadów i zanieczyszczeń. Odpowiada on za około 10% globalnej emisji dwutlenku węgla i 20% zmarnowanych zasobów wodnych (Niinimäki et al., 2020). Rozwój szybkiej konsumpcji i szybkiej mody pogłębił takie problemy, jak złe warunki pracy, nadprodukcja i deficyt zasobów. Moda z recyklingu to alternatywa dla obecnego modelu konsumpcji, bo stawia na powtórne użycie, upcykling i systemy produkcji oparte na obiegu zamkniętym. W ten sposób moda z recyklingu łączy kreatywne innowacje z odpowiedzialnością za środowisko. Dzięki niej stare ubrania i tkaniny zyskują nowe życie i stają się modnymi produktami. Wraz z rosnącą świadomością młodych ludzi i ich inicjatywami na rzecz zrównoważonej mody zmniejsza się ilość odpadów, a także rozwija się przedsiębiorczość w społecznościach lokalnych (Chen i in. 2021).

Wprowadzenie do mody z recyklingu oraz przedsiębiorczego sposobu myślenia i innowacyjności

2. Podejście teoretyczne

Koncepcja mody z recyklingu ma swoje korzenie w modelu gospodarki o obiegu zamkniętym, którego celem jest minimalizacja ilości odpadów poprzez naprawę, ponowne wykorzystanie i odzyskiwanie materiałów (Geissdoerfer et al., 2017). Oznacza to między innymi projektowanie odzieży z uwzględnieniem możliwości recyklingu i dłuższej żywotności dzięki zastosowaniu materiałów biodegradowalnych i z odzysku (Ellen MacArthur Foundation, 2019). Ponadto mentalność przedsiębiorcza – definiowana przez ciekawość, wytrwałość, umiejętność dostrzegania nowych możliwości i kreowanie wartości (Kuratko et al., 2021) – ma kluczowe znaczenie dla wdrażania innowacyjnych praktyk zrównoważonego rozwoju. Młodzi przedsiębiorcy zajmujący się modą z recyklingu łączą etykę ekologiczną z rentownością rynkową, pokazując, że można pogodzić zyskowność z odpowiedzialnością środowiskową. Innowacje w modzie opartej na recyklingu bazują również na modelu myślenia projektowego (Brown, 2009), który kładzie nacisk na empatię, eksperymentowanie i iteracyjne rozwiązywanie problemów. Dzięki myśleniu projektowemu młode osoby mogą spojrzeć na odpady jako na kreatywne zasoby, przekształcając produkty, które „skończyły swój cykl życia”, w coś, co można wykorzystać na nowo.

WPROWADZENIE DO MODY Z RECYKLINGU ORAZ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I INNOWACYJNOŚCI

3. Historia mody z recyklingu

Powtórne wykorzystanie tekstyliów nie jest zjawiskiem nowym, a jego historia sięga wielu stuleci. W przeszłości ubrania naprawiano, przerabiano lub przekazywano kolejnym osobom zamiast je wyrzucać. Sytuacja uległa zmianie wraz z rewolucją przemysłową oraz pojawieniem się włókien syntetycznych w XX wieku, co radykalnie przeobraziło wzorce konsumpcji (Fletcher, 2014). Koncepcja mody opartej na recyklingu zaczęła kształtować się w latach 90. XX wieku, równoległe z rozwojem ruchów ekologicznych. Na szeroką skalę praktyki te upowszechniły się jednak dopiero w XXI wieku, wraz z rozwojem internetu i mediów społecznościowych. To właśnie wtedy marki takie jak Patagonia czy Stella McCartney stały się pionierami programów zbiórki zużytych produktów oraz innowacji w zakresie materiałów ekologicznych (Pedersen & Andersen, 2015).

Równocześnie w mediach społecznościowych zaczęły dynamicznie rozwijać się ruchy upcyklingowe, szczególnie wśród młodzieży, a mali przedsiębiorcy coraz częściej przekształcali przedmioty vintage lub takie, które trafiły do kosza, w modne, spersonalizowane kreacje (Gwilt, 2020).

Jak wskazują Chen et al. (2021), ewolucja mody z recyklingu wpisuje się w założenia gospodarki o obiegu zamkniętym, obejmujące m.in. trwałość produktów, możliwość ich naprawy oraz ponowne wykorzystanie materiałów. Współcześnie moda z recyklingu stanowi nie tylko formę twórczej ekspresji, lecz także źródło lokalnych miejsc pracy oraz istotny element zrównoważonego rozwoju gospodarczego.

WPROWADZENIE DO MODY Z RECYKLINGU ORAZ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I INNOWACYJNOŚCI

4. Innowacyjne aspekty mody z recyklingu

Pojęcie innowacyjnej mody opartej na recyklingu wykracza poza samo odzyskiwanie materiałów. Obejmuje ono konieczność transformacji modeli produkcji i konsumpcji poprzez uwzględnienie aspektów społecznych, biznesowych oraz technologicznych. W obszarze innowacji materiałowych kluczową rolę odgrywa rozwój technologii recyklingu chemicznego, który umożliwia rozdzielanie mieszanek poliestru i bawełny oraz ich ponowne przetwarzanie w nowe włókna (Sandin & Peters, 2018).

- **Innowacje biznesowe** koncentrują się natomiast na wdrażaniu alternatywnych modeli funkcjonowania rynku mody. Start-upy coraz częściej oferują usługi wypożyczania, odsprzedaży lub naprawy odzieży, co przyczynia się do wydłużenia cyklu życia produktów oraz ograniczenia nadprodukcji (Joyner Armstrong et al., 2022).
- Istotnym elementem są również **innowacje społeczne**, realizowane poprzez lokalne warsztaty, kawiarenki naprawcze oraz kooperatywy. Inicjatywy te zachęcają społeczności lokalne do ponownego wykorzystywania materiałów tekstylnych oraz projektowania zgodnie z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym (Hirscher & Niinimäki, 2018).

Szczególne znaczenie innowacje te mają w kontekście przedsiębiorczości młodej. Jak podkreślają Kuratko i in. (2021), przedsiębiorcze podejście pozwala młodym ludziom postrzegać wyzwania związane ze zrównoważonym rozwojem jako potencjalne szanse. Dzięki kreatywności oraz wykorzystaniu narzędzi cyfrowych młodzi przedsiębiorcy mogą przekształcać upcykling w rentowne mikroprzedsiębiorstwa, jednocześnie uwzględniając aspekty społeczne i ekologiczne.

WPROWADZENIE DO MODY Z RECYKLINGU ORAZ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I INNOWACYJNOŚCI

5. Najlepsze praktyki i ich praktyczne przykłady

W niniejszej sekcji, na przykładach wybranych inicjatyw lokalnych i międzynarodowych, przeanalizowany zostanie związek między modą opartą na recyklingu a przedsiębiorczością oraz innowacyjnością.

- **Renewcell (Szwecja)** to przykład innowacji technologicznej w obszarze gospodarki o obiegu zamkniętym - firma specjalizuje się w chemicznym recyklingu odpadów bawełnianych i produkcji nowych włókien celulozowych (Sandin & Peters, 2018).
- **Program Worn Wear firmy Patagonia** promuje naprawę, odsprzedaż oraz recykling odzieży, łącząc rentowność z wartościami ekologicznymi (Pedersen & Andersen, 2015).
- **Spółdzielnia kobiet Mardin İpekyolu w Turcji** łączy tradycyjne rzemiosło z produkcją ekologicznych wyrobów tekstylnych i mydeł, pokazując potencjał odpowiedzialnej przedsiębiorczości opartej na dziedzictwie kulturowym (Ünal & Tekin, 2023).
- **Samandağ Women's Cooperative z regionu Hatay** przetwarza surowce pochodzenia roślinnego, takie jak laur i oliwki, na produkty kosmetyczne i tekstylne, łącząc świadomość ekologiczną z tożsamością regionalną.

Przedstawione przykłady pokazują, że innowacje w modzie opartej na recyklingu często rodzą się w lokalnym kontekście, gdzie ograniczone zasoby stają się impulsem do tworzenia kreatywnych i zrównoważonych rozwiązań.

WPROWADZENIE DO MODY Z RECYKLINGU ORAZ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I INNOWACYJNOŚCI

6. Aktywności edukacyjne

Ta 30-minutowa sesja łączy teorię z praktyką poprzez aktywne uczestnictwo grupy.

- **Prezentacja PowerPoint (10 min)**

Slajdy zawierają wizualizacje danych dotyczących odpadów generowanych przez branżę modową oraz ich zrównoważonych alternatyw. Prezentacje PowerPoint zostały stworzone na podstawie poniższych materiałów i mogą być wykorzystywane w celach dydaktycznych z zachowaniem odpowiednich odniesień do źródeł.

- **Analiza filmu dokumentalnego i wywiadów (10 min)**

Uczestnicy oglądają wybrany fragment filmu dokumentalnego przedstawiającego przedsiębiorców i projektantów wykorzystujących tekstylnia pochodzące z recyklingu, a następnie omawiają jego treść w dyskusji grupowej.

Link do filmu: <https://www.youtube.com/watch?v=7i0QMnz4ExY>

- **Konkurs na ekologiczną garderobę (10 min)**

Uczestnicy porządkują swoją garderobę zgodnie z zasadami zrównoważonej mody, dokumentują ponowne wykorzystanie lub naprawę ubrań oraz publikują zdjęcia wraz z krótką refleksją w mediach społecznościowych. Ta aktywność wzmacnia poczucie osobistej odpowiedzialności oraz świadomość ekologiczną.

WPROWADZENIE DO MODY Z RECYKLINGU ORAZ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I INNOWACYJNOŚCI

7. Ewaluacja i ocena

- Umiejętność rozpoznawania zrównoważonych praktyk w modzie i odróżniania ich od tradycyjnych rozwiązań.
- Widoczna motywacja do zachowań i decyzji zakupowych przyjaznych środowisku.
- Świadomość możliwości biznesowych związanych z modą z recyklingu.

Metody oceny:

- Krótka sesja pytań i odpowiedzi oraz informacji zwrotnych na koniec zajęć.
- Ocena zgłoszeń konkursowych pod kątem kreatywności, zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju i jakości refleksji. Uczestnicy powinni tagować oficjalne profile projektu w mediach społecznościowych. Lista zwycięzców zostanie opublikowana na oficjalnej stronie projektu.
- Aktywny udział w zajęciach realizowanych w ramach modułu.

WPROWADZENIE DO MODY Z RECYKLINGU ORAZ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I INNOWACYJNOŚCI

Pytania wielokrotnego wyboru:

Pytanie 1:

Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje główny cel mody z recyklingu?

- A) Zwiększenie konsumpcji szybkiej mody za pośrednictwem platform cyfrowych.
- B) Promowanie ponownego wykorzystania, upcyklingu i produkcji cyrkularnej oraz łączenie kreatywności z odpowiedzialnością za środowisko.
- C) Zastąpienie wszystkich włókien naturalnych materiałami syntetycznymi.
- D) Ograniczenie produkcji odzieży wyłącznie do marek luksusowych.

Odpowiedź: B

Pytanie 2:

Z którym modelem ekonomicznym ściśle wiąże się koncepcja mody z recyklingu?

- A) Gospodarka liniowa
- B) Gospodarka oparta na współdzieleniu
- C) Gospodarka o obiegu zamkniętym
- D) Gospodarka oparta na zleceniach

Odpowiedź: C

WPROWADZENIE DO MODY Z RECYKLINGU ORAZ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I INNOWACYJNOŚCI

Pytanie 3:

Która z poniższych opcji NIE jest wymieniona jako innowacyjny aspekt mody z recyklingu?

- A) Innowacje materiałowe (np. recykling chemiczny mieszanek włókien)
- B) Innowacje biznesowe (np. modele wypożyczania i odsprzedaży)
- C) Innowacje społeczne (np. kawiarnie naprawcze i spółdzielnie)
- D) Całkowita eliminacja wszelkiej produkcji tekstyliów

Odpowiedź: D

Pytanie 4:

Które stwierdzenie trafnie opisuje rozwój historyczny mody z recyklingu?

- A) Moda z recyklingu pojawiła się w XVIII wieku wraz z rozwojem przemysłu.
- B) Modę z recyklingiem spopularyzowały ruchy ekologiczne w latach 90. XX wieku, a dzięki mediom społecznościowym popularność zyskał upcykling w wykonaniu młodzieży.
- C) Recykling w modzie stał się możliwy dopiero po wynalezieniu poliestru w 1950 roku.
- D) Platformy cyfrowe nie miały wpływu na promocję mody z recyklingu.

Odpowiedź: B

Pytanie 5:

Które z poniższych przykładów pokazuje lokalną innowację łączącą dziedzictwo kulturowe i zrównoważony rozwój?

- A) Renewcell (Szwecja)
- B) Program Worn Wear firmy Patagonia
- C) Spółdzielnia kobiet Mardin İpekyolu (Turcja)
- D) Marki fast fashion na rynkach światowych

Odpowiedź: C

WPROWADZENIE DO MODY Z RECYKLINGU ORAZ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I INNOWACYJNOŚCI

8. PODSUMOWANIE

Moda oparta na recyklingu łączy w sobie kreatywność, zrównoważony rozwój i przedsiębiorczość. W ramach tego modułu uczestnicy poznają fundamentalne zasady mody opartej na recyklingu, jej historyczne korzenie oraz potencjał do tworzenia innowacyjnych przedsięwzięć biznesowych. Łącząc krytyczne myślenie z praktycznymi działaniami, uczestnicy nie tylko zdobywają wiedzę teoretyczną, ale także uczą się zachowań proekologicznych.

W perspektywie długotermiowej takie inicjatywy edukacyjne wiążą się z większym zaangażowaniem młodych ludzi w proces przechodzenia na gospodarkę o obiegu zamkniętym. Dzięki temu mądra moda staje się użytecznym narzędziem na rzecz pozytywnych zmian środowiskowych i społecznych.

W następnej części omówimy bardziej szczegółowo podstawy mody opartej na recyklingu, aby dostarczyć czytelnikom dodatkowych informacji.

Wprowadzenie do mody z recyklingu oraz przedsiębiorczości i innowacyjności

Odniesienia:

- 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.



Szanse na rozwój kompetencji w modzie z recyklingu dla budowania branży świadomej problemu odpadów

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

TEMAT: Podstawy projektowania mody z recyklingu

Moduł przygotowany przez:
Alba Iulia Municipality (RO)



PRAMMER



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

1.1 Krótkie wprowadzenie

Współczesny przemysł modowy stanowi globalne, wielomiliardowe przedsięwzięcie obejmujące cały łańcuch wartości projektowania i produkcji po reklamę i sprzedaż detaliczną. Jest to złożony system funkcjonujący na czterech głównych poziomach: pozyskiwania surowców, projektowania i produkcji odzieży, dystrybucji detalicznej oraz komunikacji marketingowej. W ostatnich dekadach technologia odgrywa w tej branży kluczową rolę, obejmując zarówno projektowanie wspomagane komputerowo, jak i rozwój zaawansowanych tkanin o właściwościach takich jak odprowadzanie wilgoci czy ochrona przed promieniowaniem UV.

Moda pełni również istotną funkcję społeczną i kulturową jako forma autoekspresji. Jak zauważa projektantka mody Katherine Hamnett, „ubrania tworzą pozbawiony słów sposób komunikacji, który wszyscy rozumiemy”. Na kształtowanie trendów wpływają liczne czynniki, w tym muzyka, film, popkultura, postacie publiczne oraz styl uliczny. Jednocześnie branża modowa wywiera znaczący wpływ na środowisko naturalne. Produkcja nowych ubrań wiąże się z wysokim zużyciem zasobów oraz znacznym poziomem zanieczyszczeń. Wytwarzanie tkanin, w szczególności bawełny, wymaga ogromnych ilości wody — na przykład wyprodukowanie jednej koszulki i pary dżinsów pochłania tysiące litrów tego surowca.

Powoduje to, że każdego roku produkuje się ogromne ilości tkanin. Co jednak dzieje się z tkaninami, które nie zostały sprzedane w odpowiednim czasie i stały się przestarzałe? I tu wkracza koncepcja mody z recyklingu.

1.1 Krótkie wprowadzenie

Moda z recyklingu polega na tworzeniu nowych ubrań i dodatków z używanych lub wyrzuconych materiałów. Stanowi ona istotny element gospodarki o obiegu zamkniętym, której celem jest ograniczenie ilości odpadów oraz maksymalne wykorzystanie dostępnych zasobów. W przeciwieństwie do modelu „weź–wyprodukuj–wyrzuć”, moda z recyklingu promuje podejście oparte na zasadach „ponownego wykorzystania, ograniczania konsumpcji i recyklingu”. Przeciętny konsument każdego roku pozbywa się ogromnych ilości odzieży i tekstyliów, z których duża część trafia na składowiska odpadów. Tam materiały te rozkładają się przez setki lat, przyczyniając się do emisji szkodliwych gazów cieplarnianych. Moda z recyklingu umożliwia ograniczenie tego zjawiska poprzez przedłużenie cyklu życia produktów i nadanie im nowej wartości użytkowej.



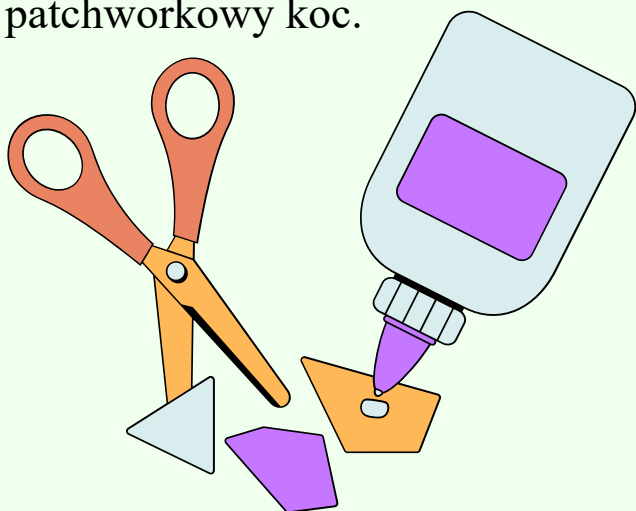
Oprócz kwestii środowiskowych, moda z recyklingu ma również pozytywny wpływ na społeczeństwo i gospodarkę. Wybierając modę z recyklingu lub upcyklingu, konsumenci wyraźnie pokazują swoje poparcie dla bardziej etycznego i zrównoważonego stylu życia oraz zachęcają całą branżę modową do zmiany dotychczasowych praktyk.

Moda z recyklingu to nie tylko zszywanie kilku przypadkowych kawałków materiału. To forma sztuki łącząca kreatywność, wizję i umiejętności techniczne. W tym module dowiemy się, jak zamienić pomysł w gotowy produkt, który jest zarówno piękny, jak i trwały.



1.2 Kreatywna wizja i estetyka

a) Czerp inspirację z wszystkiego: Moda z recyklingu opiera się na umiejętności dostrzegania potencjału tam, gdzie inni widzą tylko odpady. Inspiruj się teksturą, kolorami i kształtami materiałów, które masz pod ręką. Stary wełniany płaszcz może stać się krótką kurtką, a kolekcja starych T-shirtów może zostać przekształcona w patchworkowy koc.



b) Wymyśl historię: każde ubranie, które tworzysz, może opowiadać historię. Zadaj sobie pytanie: „Skąd pochodzi ten materiał?” lub „Jaki styl chcę stworzyć?”. Jasna wizja pomoże Ci podejmować spójne decyzje projektowe.

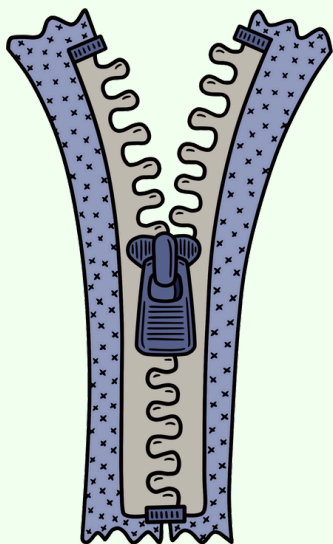
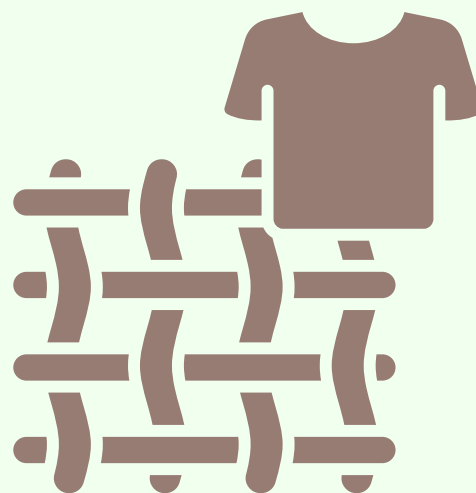


1.3 Trwała konstrukcja i funkcjonalność

a) **Jakość szwów:** Udany projekt jest nie tylko atrakcyjny wizualnie, ale także wytrzymały. Stosuj mocne i trwałe szwy, aby zapewnić trwałość gotowego produktu. W miejscach narażonych na duże obciążenia, takich jak szwy boczne, wybieraj szwy podwójne lub zygzakowe.

b) **Wykorzystanie dostępnych elementów:**

Jedną z podstawowych zasad projektowania zrównoważonego jest maksymalne wykorzystanie tego, co już masz. Zachowaj oryginalne guziki, zamki błyskawiczne, kieszenie i mankiety. Mogą one stanowić ciekawe detale i minimalizować ilość odpadów.



c) **Wielofunkcyjność:** Twórz ubrania, które można nosić na wiele sposobów. Sukienka, którą można nosić również jako spódnicę, lub dwustronna kurtka, podnoszą wartość produktu i zachęcają do dłuższego użytkowania.

Dzięki zastosowaniu tych zasad będziesz w stanie stworzyć ubrania z recyklingu, które są nie tylko ekologiczne, ale także oryginalne, trwałe i mają indywidualny charakter.

Łatwo dostępne materiały: pozyskiwanie i ocena

2.1 Pozyskiwanie materiałów

Gdzie znaleźć materiały do projektów z mody z recyklingu?

- **Prywatna garderoba:** Najłatwiej zacząć od domu. Stare koszulki, dżinsy, a nawet koce, których już nie używasz, możesz wykorzystać w nowy sposób.
- **Rodzina i przyjaciele:** Fajnym sposobem na zdobycie materiałów jest zorganizowanie wymiany ubrań lub po prostu poproszenie rodziny i przyjaciół o rzeczy, których już nie chcą.
- **Sklepy z używaną odzieżą lub butikii z odzieżą second hand:** targi staroci lub sklepy z używaną odzieżą to świetne miejsca, w których można znaleźć dobrej jakości materiały w niskiej cenie.



Łatwo dostępne materiały: pozyskiwanie i ocena

2.2 Ocena materiałów

Po znalezieniu potencjalnego ubrania należy koniecznie ocenić jego przydatność do projektu. Pozwoli to zaoszczędzić czas i wysiłek w przypadku materiałów uszkodzonych lub nienadających się do użycia.

Skład tkaniny: włókna naturalne

Naturalne włókna pochodzą bezpośrednio od żywych organizmów, roślin lub zwierząt. Są najstarszym rodzajem tkanin i są używane od tysięcy lat. Cenione są za wygodę, przewiewność i przyjazność dla środowiska.



Pochodzenie: roślinne (na bazie celulozy) lub zwierzęce (na bazie białka).

Przykłady:

- Roślinne:
 - bawełna, len, konopie
- Zwierzęce:
 - Wełna, jedwab, kaszmir.

Najważniejsze cechy:

- Biodegradowalne: z czasem ulegają naturalnemu rozkładowi.
- Oddychające: ich porowata struktura umożliwia cyrkulację powietrza, dzięki czemu są wygodne do noszenia.
- Chłonne: wchłaniają wilgoć (np. pot), co jest zaletą w przypadku ręczników, ale oznacza również, że dłużej schną.
- Odnawialne: pochodzą ze źródeł, które można ponownie uprawiać/hodować

Łatwo dostępne materiały: pozyskiwanie i ocena

2.2 Ocena materiałów

Skład tkaniny: włókna syntetyczne

Włókna syntetyczne są wytwarzane przez człowieka w procesie chemicznym, głównie z polimerów na bazie ropy naftowej. Zostały opracowane tak, aby były trwalsze, tańsze i bardziej wszechstronne niż ich naturalne odpowiedniki.

Pochodzenie: Pochodne ropy naftowej i inne substancje chemiczne.

Przykłady:

- Poliester, nylon, akryl, spandex



Najważniejsze cechy:

- **Nie ulegają biodegradacji:** nie rozkładają się i mogą zalegać na wysypiskach śmieci przez stulecia.
- **Są wodoodporne:** odpychają wodę, dzięki czemu są często używane do produkcji odzieży sportowej i wierzchniej.
- **Są trwałe:** są bardzo wytrzymałe, odporne na zagniecenia i mniej podatne na kurczenie się lub rozrywanie.
- **Uwalniają mikroplastik:** przy każdym praniu uwalniają drobne włókna plastikowe, które zanieczyszczają nasze zbiorniki wodne i oceany.

2.2 Ocena materiałów

Tabela porównawcza

Cecha	Naturalne włókna	Syntetyczne włókna
Pochodzenie	Rośliny lub zwierzęta	Substancje chemiczne na bazie ropy naftowej
Przewiewność	Wysoka (przewiewne)	Niska (może powodować uczucie „duszności”)
Chłonność	Wysoka (pochłania wilgoć)	Niska (nie przepuszcza wilgoci)
Trwałość	Zależy (mogą być mniej trwałe)	Wysoka (odporna na rozdarcia, zagniecenia)
Wpływ na środowisko	Przeważnie biodegradowalne	Nie ulega biodegradacji, uwalnia mikroplastik
Koszty	Często droższe w produkcji	Zazwyczaj tańsze w produkcji



W kontekście mody opartej na recyklingu zrozumienie tych różnic ma kluczowe znaczenie. Upcykling włókien naturalnych to często dobry wybór, ponieważ łatwiej je farbować i przerabiać, a z kolei ponowne wykorzystanie włókien syntetycznych to świetny sposób, aby zapobiec ich wyrzuceniu na wysypisko śmieci i zanieczyszczeniu środowiska na wieki. Włókna naturalne są zazwyczaj łatwiejsze w obróbce, zwłaszcza jeśli chodzi o farbowanie i niektóre techniki szycia.



Łatwo dostępne materiały: pozyskiwanie i ocena

2.2 Ocena materiałów

Stan materiałów:

Przeprowadzenie dokładnej kontroli odzieży jest kluczowym krokiem zapewniającym sukces projektu upcyklingowego. Poniżej znajduje się przewodnik jak krok po kroku sprawdzić wady ubrań.

Wizualna kontrola całości. Zaczynij od dokładnego obejrzenia odzieży zarówno z zewnątrz, jak i od wewnątrz. Najlepiej przeprowadzić to przy dobrym oświetleniu, ponieważ niektóre wady widoczne są wyłącznie w naturalnym świetle.

- **Przód i tył:** Poszukaj dużych, widocznych plam na przedniej, tylnej i innych eksponowanych częściach ubrania.
- **Obszary narażone na zużycie:** Zwróć szczególną uwagę na miejsca podatne na intensywne tarcie i obciążenia, takie jak pachy, kołnierze, kolana oraz mankiety. To właśnie tam często pojawiają się odbarwienia, przerzedzenia materiału oraz mechacenie (powstawanie małych kuleczek włókien na powierzchni).
- **Odwróć ubranie na lewą stronę:** Odwróć ubranie na lewą stronę, aby sprawdzić podszewkę, szwy i niewidoczne miejsca. Często po wewnętrznej stronie można znaleźć ukryte plamy, rozdarcia lub oznaki niskiej jakości.
- **Sprawdzenie materiału i szwów.** Na tym etapie sprawdzasz materiał i jakość wykonania.
- **Rozdarcia i dziury:** Sprawdź, czy nie ma rozdarć i dziur, zwłaszcza wzdłuż szwów. Delikatnie pociągnij za szwy, aby sprawdzić, czy są dobrze zszyte. Luźny szew można łatwo naprawić, ale duże rozdarcie na środku materiału może być trudne do zszycia i ubranie nie będzie się nadawać do noszenia.

Łatwo dostępne materiały: pozyskiwanie i ocena

2.2 Ocena materiałów

Stan materiałów:

- **Nadmierne zużycie:** Przetrzyj materiał między palcami. Czy wydaje się cienki lub słaby? To znak nadmiernego zużycia. Kilka małych kuleczek można usunąć, ale rozległe mechacenie się może oznaczać, że materiał kończy swój żywot.
- **Rozciąganie:** Sprawdź elastyczne obszary, takie jak paski w talii i mankiety. Rozciągnij gumkę i sprawdź, czy wraca do swojego pierwotnego kształtu. Jeśli pozostaje rozciągnięta, oznacza to, że gumka jest „zużyta” i należy ją wymienić.

Łatwo dostępne materiały: pozyskiwanie i ocena

2.2 Ocena materiałów

Stan materiałów:

Sprawdź materiały i detale. Nie zapomnij sprawdzić wszystkich małych elementów, które wpływają na funkcjonalność ubrania.

- **Zamki błyskawiczne:** Sprawdź każdy zamek błyskawiczny. Upewnij się, że przesuwa się sprawnie i nie zacina się. Zepsuty zamek błyskawiczny można naprawić, ale wymaga to dodatkowego nakładu pracy i kosztów.
- **Guziki i zatrzaski:** Sprawdź, czy nie brakuje żadnych guzików i czy są dobrze przymocowane. Zwróć uwagę na luźne nitki lub brakujące zatrzaski.



Test zapachowy. Na koniec sprawdź szybko zapach ubrania. Intensywny, utrzymujący się zapach - np. dymu lub pleśni - często oznacza, że ubranie było przechowywane w nieodpowiednich warunkach i zapach może być niemożliwy do usunięcia, nawet po praniu.

Korzystając z tej list kontrolnej, możesz sprawnie ocenić stan ubrania i zdecydować, czy warto je przerobić.



Potencjał na przemianę: Pobudzaj kreatywne myślenie. Najważniejsze pytanie, które warto zadać, brzmi: Jak to można wykorzystać? Długa spódnica może stać się bluzką, a džinsy mogą zamienić się w torbę na zakupy. Ważne jest, żeby dostrzec potencjał samego materiału, a nie tylko oryginalnego produktu.

3.1 Sztuka dekonstrukcji

Zanim można stworzyć coś nowego, zwykle trzeba “zdemontować” istniejące ubranie. Ten proces nosi nazwę dekonstrukcji. Polega on na przemyślanym i ostrożnym działaniu, żeby jak najwięcej materiału nadawało się do ponownego wykorzystania, włącznie z kawałkami tkaniny, zamkami błyskawicznymi, guzikami i innymi elementami.

Najważniejsze narzędzia:

- **Rozpruwacz do szwów:** To Twoje najważniejsze narzędzie. Jest to małe, ręczne urządzenie z ostrzem w kształcie haczyka, które idealnie nadaje się do przecinania nici bez niszczenia tkaniny.
- **Nożyczki do tkanin:** Służą do cięcia większych fragmentów i powinny być używane wyłącznie do cięcia tkanin, żeby zachowały ostrość.

Metoda dekonstrukcji:

1. **Zacznij od szwów:** użyj noża do przecinania szwów, aby przeciąć nici łączące kawałki materiału. Zacznij od miejsca, w którym szwy są łatwo dostępne, np. od dołu rąbka lub końca rękawa.
2. **Oddziel elementy:** Podczas przecinania szwów oddziel główne fragmenty materiału, zamki błyskawiczne, kieszenie i kołnierze.
3. **Posortuj i zachowaj resztki:** Umieść wszystkie nieużyte elementy, takie jak guziki, zamki błyskawiczne i zapięcia, w osobnym pojemniku do wykorzystania w przyszłych projektach. Zachowaj wszystkie skrawki materiału - nawet małe kawałki mogą posłużyć do wykonania naszywek lub wypełnienia.

3.2 Proste pomysły na upcykling dla początkujących

Jeśli masz już potrzebne materiały, oto kilka prostych projektów, które pomogą Ci zacząć.

- **Koszulka zamieniona w torbę (bez szycia):**
 - Odetnij rękawy dużej koszulki.
 - Odetnij kołnierzyk, aby uzyskać szerszy otwór.
 - Potnij dół koszulki na paski i zawiąż przednie i tylne paski, aby uzyskać mocny spód. W ten sposób powstała prosta torba na zakupy.
- **Stare dżinsy przerobione na szorty:**
 - Przytnij nogawki starych dżinsów do pożądanej długości.
 - Żeby uzyskać klasyczny postrzępiony wygląd, wystarczy wrzucić je do pralki.
- **Sweter zamieniony w poszewkę na poduszkę:**
 - Potnij sweter w kwadrat lub prostokąt, zostawiając rąbek na dole jako jeden z boków.
 - Zszyj boki, zostawiając jeden brzeg niezszyty.
 - Wypełnij go poduszką lub starymi skrawkami materiału. Zszyj ostatni bok.
- **Od skrawków materiału do gumki do włosów:**
 - Wytnij pasek materiału.
 - Zszyj jego długie końce, tworząc rurkę.
 - Przełóż przez rurkę kawałek gumki i zawiąż jej końce.
 - Zszyj otwarte końce materiału.



Dekonstrukcja i proste pomysły na upcykling

3.2 Proste pomysły na upcykling dla początkujących

Moda z recyklingu to transformacyjny i kreatywny proces polegający na ponownym wykorzystaniu zużytych materiałów poprzez przekształcanie ich w unikatowe i wartościowe produkty. Wykracza ona poza proste ponowne użycie odzieży, koncentrując się na dostrzeganiu ukrytego potencjału w pozornie zużytych przedmiotach i nadawaniu im nowych funkcji.

Takie podejście nie tylko ogranicza ilość odpadów i minimalizuje wpływ przemysłu tekstylnego na środowisko, ale także promuje oryginalność i pomysłowość.



Dzięki dekonstrukcji i ponownemu wykorzystaniu starych ubrań zyskujemy bogate źródło materiałów, które można przekształcić w nowe, funkcjonalne przedmioty, takie jak szalik ze swetra czy torba z dżinsów. Praktyka ta pokazuje, że kreatywność pozwala tworzyć nowoczesne i wartościowe rzeczy z materiałów z przeszłości.

4.1. Wykraczamy poza materiały

Nauczyliśmy się, jak pozyskiwać i dekonstruować materiały. Teraz skupimy się na dwóch kluczowych zasadach, które sprawiają, że materiały pochodzące z recyklingu zamieniają się w świetne ubrania: na trwałości i kreatywnej wizji. Nie wystarczy po prostu coś ze sobą zszyć; dobry upcykling powinien być wystarczająco trwały i wystarczająco ładny, aby został doceniony.

4.2. Zasady projektowania trwałych produktów

Tworzenie produktów trwałych polega na projektowaniu przedmiotów przeznaczonych do długotrwałego użytkowania. W modzie upcyklingowej oznacza to, że Twoje projekty przetrwają próbę czasu, co jest głównym celem zrównoważonego rozwoju.

- **Wzmocnij najslabsze punkty:** Zwróć szczególną uwagę na obszary, które są najbardziej narażone na zużycie, takie jak szwy, dziurki na guziki i kieszenie.
- **Wybierz odpowiednie ścięgi:** Używaj mocnych ścięgów, które nie rozplatają się łatwo. Przykładowo, ścięg tylny jest znacznie bardziej wytrzymały niż zwykły ścięg bieżący. W przypadku obszywania brzegów ścięg kryty pozwala uzyskać estetyczne i trwałe wykończenie.
- **Weź pod uwagę dalsze wykorzystanie materiału:** Jeśli łączysz gruby materiał z cienkim, mocniejszy materiał może rozerwać słabszy. Dobieraj materiały tak, aby były do siebie pasowały lub wzmacniaj słabszy materiał.



Wytrzymała konstrukcja i kreatywna wizja

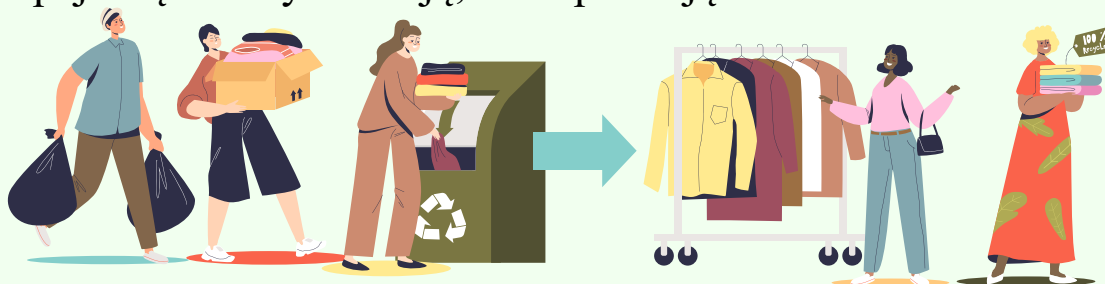
4.3. Rozwijanie kreatywnej wizji

To artystyczna część procesu. To właśnie Twoja kreatywna wizja sprawia, że dzieło jest wyjątkowe. Najważniejsze jest przekształcenie prostego przedmiotu w coś nowego.

- **Znajdź inspirację:** Wyjdź poza ramy mody. Inspirację można znaleźć w sztuce, naturze, architekturze, a nawet w epokach historycznych.
- **Opowiedz historię:** Zastanów się nad pochodzeniem materiału. Czy wyblakły džins może opowiadać historię ukochanej pary džinsów? To właśnie narracja może pomóc w wyborze projektu.
- **Szkicuj i eksperymentuj:** Nie bój się naszkicować wielu pomysłów. Eksperymentuj z układaniem dekonstruowanej tkaniny i obserwuj, jakie kształty i formy naturalnie przyjmuje.

4.4. Łączenie trwałości i wizji

Najlepsze projekty upcyklingowe łączą w sobie zarówno trwałość, jak i kreatywność. Twoja kreatywność pomoże Ci stworzyć projekt, który będzie jednocześnie wytrzymały. Przykładowo, unikalny wzór naszywki może również służyć do wzmocnienia słabego miejsca, a ozdobny ścieg overlockowy może wzmocnić szew. Te dwie koncepcje się nie wykluczają, a uzupełniają.



Wpływ przemysłu tekstylnego i gospodarka o obiegu zamkniętym

- 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>

Pozyskiwanie surowców i materiałów

- 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/>

Wytrzymała konstrukcja i upcykling

- 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/>



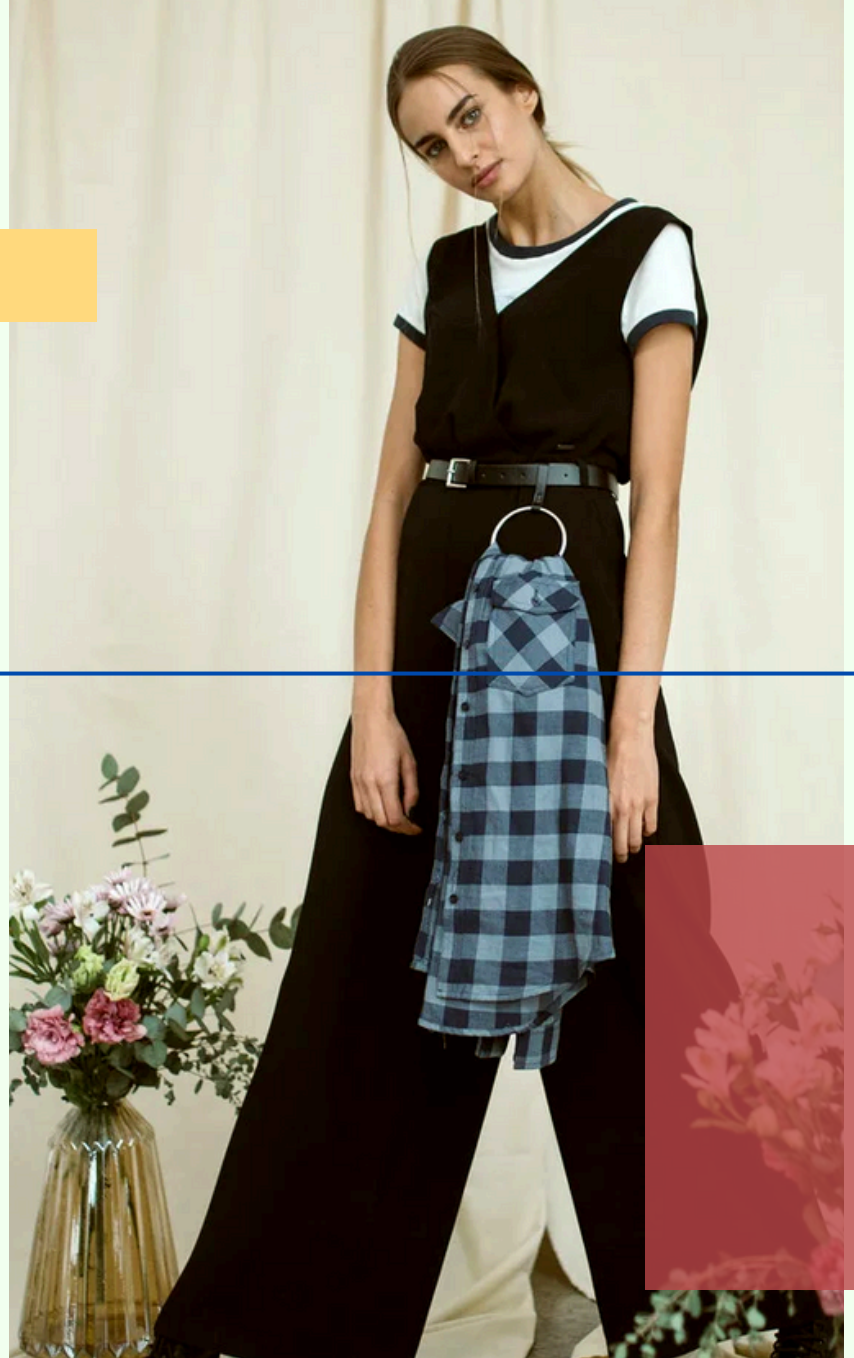
Szanse na rozwój kompetencji w modzie z recyklingu dla budowania branży świadomej problemu odpadów

33

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Techniki produkcji, upcykling, pozyskiwanie i zakup materiałów pochodzących z recyklingu

Moduł przygotowany przez:
PRAMMER (AT)



PRAMMER



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Branża modowa stoi dziś przed poważnymi wyzwaniami środowiskowymi i społecznymi. Jako jeden z największych globalnych trucicieli przyczynia się do wyczerpywania zasobów, zanieczyszczenia i nieetycznych praktyk pracy. Jednak obecne czasy stwarzają szansę na zmiany - zrównoważone praktyki stały się niezbędne dla przyszłości sektora.

Moduł ten omawia strategie zmniejszania śladu ekologicznego, skupiając się na odpowiedzialnej produkcji, innowacyjnym upcyklingu oraz świadomym wykorzystaniu materiałów z recyklingu. Przyjęcie tych praktyk pozwoli branży przejść na gospodarkę o obiegu zamkniętym, łącząc rentowność z odpowiedzialnością społeczną i środowiskową.



2.1 Zasady slow fashion

Slow fashion to zmiana paradygmatu w porównaniu z szybką i jednorazową kulturą fast fashion. Kładzie nacisk na dopracowany design, etyczną produkcję i tworzenie ubrań, które przetrwają próbę czasu. W przeciwieństwie do szybkiej mody, która stawia na ilość i szybką zmianę kolekcji, slow fashion stawia jakość ponad ilością. To podejście zachęca projektantów i marki do skupienia się na jakości wykonania, trwałości i ponadczasowej estetyce, dzięki czemu każdy produkt pozostaje modny i funkcjonalny przez lata.



Koncepcja lokalnego pozyskiwania surowców i produkcji ma kluczowe znaczenie dla slow fashion. Dzięki produkcji bliżej domu marki mogą znacznie zmniejszyć swój ślad węglowy, zminimalizować emisje związane z transportem i wspierać lokalną gospodarkę. Ponadto slow fashion często opiera się na produkowaniu małych ilości lub na zamówienie, co nie tylko ogranicza nadprodukcję, ale także pozwala lepiej dostosować produkcję do rzeczywistego popytu. Takie świadome podejście buduje głębszą więź między konsumentami a ich ubraniami, promując kulturę wdzięczności i dbałości o odzież.

2.2 Produkcja efektywna pod względem wykorzystania zasobów

Innowacje w produkcji mają kluczowe znaczenie dla zmniejszenia wpływu przemysłu modowego na środowisko. Techniki oszczędzające zasoby mają na celu minimalizację odpadów i optymalizację zużycia materiałów, energii i wody.

Przykładem takiej techniki są wykroje zero waste, w których projektanci tworzą wzory wykorzystujące każdy centymetr materiału, nie pozostawiając żadnych ścinków. Taka metoda to wyzwanie dla tradycyjnych procesów projektowania, ale pozwala znacznie zmniejszyć ilość odpadów tekstylnych.

Kolejnym nowatorskim podejściem jest prototypowanie cyfrowe. Wykorzystując oprogramowanie do modelowania 3D, projektanci mogą wizualizować i udoskonalać swoje projekty wirtualnie, zmniejszając zapotrzebowanie na fizyczne próbki. Pozwala to nie tylko ograniczyć marnotrawstwo materiałów, ale także przyspieszyć proces projektowania, pozwalając na szybsze iteracje i bardziej wydajne cykle produkcyjne.

Oszczędzanie wody jest również kluczowym elementem zrównoważonej produkcji. Technologie takie jak barwienie bezwodne - np. barwienie CO₂ - eliminują potrzebę nadmiernego zużycia wody i ograniczają szkodliwy wpływ chemikaliów. Te innowacje nie tylko pozwalają oszczędzać ważne zasoby, ale także wspierają globalne działania na rzecz walki z zanieczyszczeniem środowiska i zmianami klimatycznymi.

Upcykling w modzie

3.1 Czym jest upcykling?

Upcykling to proces transformacji, który nadaje nowe życie zużyтым materiałom, przekształcając je w produkty o wyższej wartości i jakości. W przeciwieństwie do tradycyjnego recyklingu, który rozkłada materiały na surowce, upcykling zachowuje i wzmacnia integralność oryginału, redukując odpady i oszczędzając zasoby.

To kreatywne podejście nie tylko zmniejsza wpływ na środowisko, ale także sprzyja innowacyjności, pozwalając projektantom tworzyć unikalne dzieła z własną historią. Dzięki upcyklingowi branża modowa może odejść od liniowego modelu „weź–wyprodukuj–wyrzuć” na rzecz gospodarki cyrkularnej promującej zrównoważony rozwój i rzemiosło (McDonough & Braungart, 2002).

Upcykling w modzie jest równie różnorodny, co pomysły. Projektanci stosują różne techniki przekształcania materiałów, a każda z nich ma swoje zalety estetyczne i funkcjonalne:

- **Dekonstrukcja i ponowne składanie:** ta technika polega na starannym rozbieraniu na części starych ubrań i tworzeniu z nich zupełnie nowych projektów. Na przykład vintage kurtka dżinsowa może zostać przekształcona w nowoczesną, skrojoną na miarę kamizelkę, a kolekcja znoszonych koszul w sukienkę patchworkową. Proces ten pobudza kreatywność i pozwala projektantom odkrywać potencjał tam, gdzie inni widzą tylko odpad.
- **Kolaż tekstylny:** Łącząc różne tkaniny, faktury i wzory, projektanci tworzą efektowne wizualnie kolaże, które celebrują różnorodność i indywidualność. Dzięki tej metodzie powstają często odważne, eklektyczne dzieła, które odzwierciedlają mieszankę wpływów kulturowych i historycznych. Kolaż tekstylny to nie tylko praktyka przyjazna dla środowiska, ale także forma ekspresji artystycznej, pozwalająca na nieograniczone eksperymenty z kolorem, kształtem i formą.

- **Haft i zdobienia powierzchniowe:** Dodanie haftu, naszywki lub innych ozdób może poprawić wygląd odzieży poddanej upcyklingowi, ukrywając niedoskonałości i wprowadzając nowe elementy wizualne. Techniki te mogą zmienić prosty, zużyty element garderoby w luksusowy, ręcznie wykonany produkt. Zdobienia powierzchniowe dają również możliwość włączenia motywów kulturowych lub osobistych historii do mody, dzięki czemu każdy egzemplarz staje się naprawdę niepowtarzalny.
- **Barwienie i nadbarwianie:** Nadbarwianie to skuteczny sposób na odświeżenie wyblakłych lub poplamionych tkanin, który daje im nowe życie. Zwłaszcza naturalne barwniki mogą nadać tkaninom głębię i bogactwo, nie szkodząc jednocześnie środowisku, w przeciwieństwie do barwników syntetycznych. Technika ta jest szczególnie przydatna do tworzenia spójnych kolekcji z niedopasowanych lub odbarwionych materiałów.



DECONSTRUCTION



TEXTILE COLLAGING



3.3 Przykłady

Upcykling cieszy się coraz większym zainteresowaniem w branży modowej, a jego zasadami kierują się zarówno początkujący, jak i uznani projektanci:

- **Marine Serre:** Znana ze swoich futurystycznych, a jednocześnie ekologicznych projektów, Marine Serre wykorzystuje tkaniny pochodzące z upcyklingu w swoich luksusowych kolekcjach. Jej charakterystyczne nadruki w kształcie półksiężyca często pojawiają się na przerobionych materiałach vintage, łącząc haute couture z troską o środowisko.
- **RE/DONE:** Marka ta zasłynęła dzięki przekształcaniu vintage dżinsów Levi's w nowoczesne, stylowe ubrania. Dekonstruując i ponownie składając klasyczny dżins, RE/DONE tworzy unikalne ubrania, które przemawiają zarówno do zwolenników zrównoważonego rozwoju, jak i konsumentów śledzących trendy w modzie.

4.1 Rodzaje tekstyliów pochodzących z recyklingu

Branża modowa coraz częściej wykorzystuje tekstylia pochodzące z recyklingu, aby ograniczyć ilość odpadów i zminimalizować negatywny wpływ na środowisko. Tekstylia pochodzące z recyklingu można podzielić na dwie główne kategorie:

- **Odpady postkonsumpcyjne:** Są to materiały pochodzące z produktów, które zostały już wykorzystane przez konsumentów, takie jak stare ubrania, tekstylia domowe lub akcesoria. Na przykład zużyte dżinsy można przekształcić w izolację budynków lub wykorzystać do produkcji nowych ubrań z dżinsu. Takie podejście nie tylko pozwala ograniczyć ilość odpadów trafiających na wysypiska śmieci, ale także zmniejsza zapotrzebowanie na surowce pierwotne.
- **Odpady przemysłowe:** Ta kategoria obejmuje resztki materiałów pochodzących z procesów produkcyjnych, takie jak ścinki tkanin, skrawki włóczki lub niesprzedane zapasy magazynowe. Wiele marek obecnie zbiera takie materiały i wykorzystuje je ponownie w nowych produktach, takich jak akcesoria, tapicerka, a nawet zupełnie nowych kolekcjach odzieży. Dzięki ponownemu wykorzystaniu odpadów przemysłowych firmy mogą znacznie obniżyć koszty produkcji i ograniczyć negatywny wpływ na środowisko.

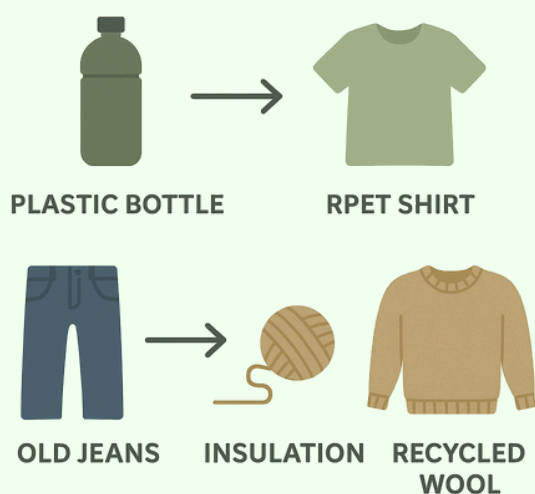
4.2 Popularne materiały pochodzące z recyklingu

Coraz więcej marek sięga po materiały z recyklingu, by realizować cele zrównoważonego rozwoju i odpowiadać na rosnące zapotrzebowanie konsumentów na ekologiczne produkty. Do najpopularniejszych należą:

- **Bawełna z recyklingu:** Bawełna z recyklingu, wytwarzana z odpadów tekstylnych, jest często mieszana z nową bawełną w celu zwiększenia jej trwałości i miękkości. Taki materiał pomaga zmniejszyć zużycie wody i środków chemicznych, co czyni go bardziej zrównoważoną alternatywą dla tradycyjnej bawełny.

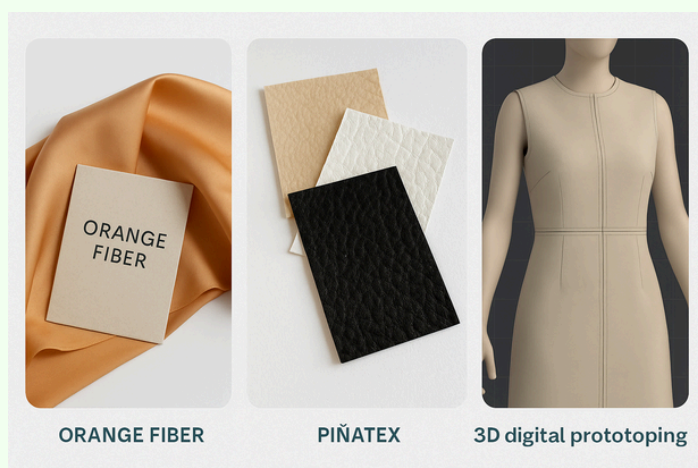
- **Poliester z recyklingu (rPET):** Pozyskiwany z plastikowych butelek rPET jest wszechstronnym i trwałym materiałem, który jest szeroko stosowany w odzieży sportowej, odzieży wierzchniej i akcesoriach. Proces przekształcania plastikowych butelek w włókno poliestrowe jest energooszczędny i znacznie zmniejsza zanieczyszczenie tworzywami sztucznymi.
- **Wełna z recyklingu:** Stare ubrania wełniane i odpady produkcyjne są przetwarzane na nowe włókna, zachowując naturalne właściwości wełny i jednocześnie zmniejszając ilość odpadów. Wełna z recyklingu jest często wykorzystywana w dzianinach, płaszczach i kocach, zapewniając ciepło i zrównoważony rozwój.
- **Nylon z recyklingu:** Pozyskiwany z zużytych sieci rybackich i przemysłowych odpadów z tworzyw sztucznych, nylon z recyklingu jest wykorzystywany w strojach kąpielowych, wyrobach pończoszniczych i odzieży wierzchniej. Marki takie jak ECONYL® są pionierami w recyklingu odpadów nylonowych na wysokiej jakości włókna, przyczyniając się do oczyszczania oceanów i wysypisk śmieci.

RECYCLED MATERIALS



Innowacje w zakresie zrównoważonych materiałów popychają branżę modową w kierunku bardziej ekologicznej przyszłości. Materiały pochodzenia biologicznego, pozyskiwane z zasobów odnawialnych, zyskują popularność dzięki minimalnemu wpływowi na środowisko i unikalnym właściwościom:

- **Włókno pomarańczowe:** Włókno pomarańczowe, wytwarzane z produktów ubocznych cytrusów, jest jedwabistą, ekologiczną tkaniną wykorzystywaną w luksusowej modzie. Materiał ten nie tylko zmniejsza ilość odpadów rolniczych, ale także stanowi wolną od okrucieństwa alternatywę dla jedwabiu.
- **Piñatex:** Piñatex, wytwarzany z włókien liści ananasa, jest włókniną imitującą skórę. Jest lekki, przewiewny i biodegradowalny, co czyni go idealnym wyborem do produkcji akcesoriów i obuwia.



4.4 Certyfikaty i oznaczenia

Ponieważ konsumenci stają się coraz bardziej świadomi kwestii zrównoważonego rozwoju, certyfikaty i oznaczenia odgrywają kluczową rolę w weryfikacji autentyczności recyklingowanych i zrównoważonych materiałów. Do najbardziej rozpoznawalnych certyfikatów należą:

- **Global Organic Textile Standard (GOTS):** Certyfikat GOTS potwierdza, że tekstylia są wykonane z włókien organicznych i produkowane przy poszanowaniu środowiska naturalnego oraz zasad odpowiedzialności społecznej.
- **Global Recycled Standard (GRS):** Ten certyfikat gwarantuje, że produkty są wykonane z materiałów pochodzących z recyklingu, a cały proces produkcji spełnia rygorystyczne kryteria środowiskowe i społeczne.
- **OEKO-TEX®:** OEKO-TEX® to uznawany na całym świecie znak certyfikujący, że tekstylia nie zawierają substancji szkodliwych, dzięki czemu są bezpieczne zarówno dla konsumentów, jak i dla środowiska.
- **Certyfikat Cradle:** Cradle Certified® jest przyznawany produktom na podstawie oceny ich wpływu na środowisko i społeczeństwo w pięciu kategoriach: jakości materiałów, recyklingu, wykorzystania energii odnawialnej, zużycia wody oraz sprawiedliwości społecznej.



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 Etyczne praktyki zaopatrzeniowe

Etyczne pozyskiwanie surowców stanowi fundament zrównoważonej mody, ponieważ gwarantuje, że każdy materiał i produkt jest pozyskiwany w sposób szanujący zarówno ludzi, jak i środowisko. Podejście to wykracza poza samą zgodność z przepisami, odzwierciedlając głębokie zaangażowanie w odpowiedzialność społeczną oraz ochronę natury.

Kluczowa jest pełna przejrzystość, która pozwala markom zapewnić przejrzystość na każdym etapie łańcucha dostaw - od pozyskania surowców aż po finalny proces tworzenia. Dzięki temu konsumenci mogą podejmować świadome wybory, a firmy odpowiadają za swój wpływ na środowisko.

Równie istotne są uczciwe warunki pracy. Coraz więcej marek współpracuje z dostawcami gwarantującymi sprawiedliwe wynagrodzenia, bezpieczne miejsca pracy oraz poszanowanie praw pracowników, często zgodnie ze standardami organizacji takich jak Fair Labor Association.

Regularne audyty dostawców odgrywają ważną rolę w utrzymaniu tych standardów, pomagając wykrywać obszary wymagające poprawy i budować trwałe, etyczne partnerstwa.

5.2 Zamówienia lokalne i regionalne

Pozyskiwanie materiałów i produkcja na poziomie lokalnym lub regionalnym jest korzystne dla środowiska i lokalnej gospodarki.

- **Mniejszy ślad węglowy:** minimalizuje emisje związane z transportem i pobudza gospodarkę regionalną.
- **Krótsze łańcuchy dostaw:** lepsza responsywność, kontrola jakości i relacje z dostawcami.
- **Ochrona dziedzictwa kulturowego:** współpraca z lokalnymi rzemieślnikami, ochrona tradycyjnego rzemiosła i dziedzictwa kulturowego.

PROCUREMENT DECISION TREE



5.3 Partnerstwa i współpraca

Zrównoważona moda zyskuje dzięki współpracy z firmami recyklingowymi, organizacjami pozarządowymi, innowatorami materiałowymi oraz innymi markami, co pozwala tworzyć systemy o zamkniętym obiegu i korzystać z nowych, zrównoważonych zasobów.

- **Firmy zajmujące się recyklingiem i gospodarką odpadami:** Współpraca z organizacjami specjalizującymi się w recyklingu tekstyliów może pomóc markom w przekształcaniu odpadów na nowe materiały.
- **Organizacje pozarządowe i inicjatywy branżowe:** Organizacje takie jak Fashion for Good i Sustainable Apparel Coalition zapewniają markom platformy do dzielenia się wiedzą, pozyskiwania finansowania i wdrażania najlepszych praktyk w zakresie zrównoważonego rozwoju.
- **Innowatorzy w dziedzinie materiałów:** Współpraca ze start-upami i instytucjami badawczymi zajmującymi się zrównoważonymi materiałami może zapewnić markom dostęp do przełomowych innowacji.

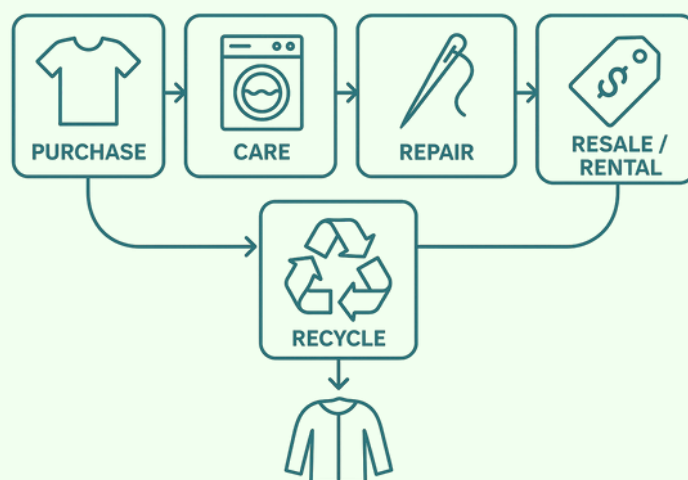
Włączanie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym do systemów modowych

6.1 Systemy obiegu zamkniętego

Systemy obiegu zamkniętego wydłużają życie materiałów, zmniejszając odpady i zużycie zasobów. Polegają na projektowaniu ubrań łatwych do demontażu, co ułatwia ich ponowne wykorzystanie lub recykling. Marki wprowadzają programy zwrotu zużytej odzieży do naprawy, odsprzedaży lub recyklingu. Technologie odzysku, takie jak recykling włókien, pozwalają przetwarzać stare tekstylia na nowe, wysokiej jakości tkaniny, zamykając tym samym obieg i ograniczając wpływ na środowisko.

Wydłużenie cyklu życia produktów modowych jest niezbędne do ograniczenia ilości odpadów i promowania zrównoważonego rozwoju. Strategie, które pozwalają to osiągnąć, obejmują:

- **Usługi naprawcze:** Marki modowe oferują możliwość naprawy ubrań, aby zachęcić konsumentów do konserwacji ubrań zamiast ich wyrzucania.
- **Modele odsprzedaży i wynajmu:** Platformy takie jak ThredUp, The RealReal czy Rent the Runway ułatwiają dostęp do mody bez konieczności posiadania ubrań na własność, utrzymując produkty w obiegu i zmniejszając popyt na nowe.
- **Edukacja konsumentów:** Edukowanie o zrównoważonych praktykach pielęgnacyjnych, takich jak pranie w niskich temperaturach, suszenie na powietrzu i odpowiednie przechowywanie, wydłuża żywotność odzieży. Marki coraz częściej dzielą się poradami i organizują warsztaty, by wspierać świadome wybory konsumentów (recycleclothing.com).



7.1 Wyzwania i szanse

Choć moda zrównoważona ma duży potencjał, napotyka też poważne wyzwania. Materiały z recyklingu i upcyklingu często tracą z czasem na jakości, co utrudnia zachowanie trwałości i funkcjonalności produktów. Kolejnym problemem jest skalowalność - upcykling i modele cyrkularne bywają pracochłonne i wymagają specjalistycznych umiejętności, co ogranicza ich zastosowanie na rynku masowym. Dodatkowo wysokie koszty zrównoważonych materiałów i certyfikatów sprawiają, że ekologiczne opcje są mniej dostępne zarówno dla marek, jak i konsumentów.

7.2 Szanse

- **Innowacje:** Postępy w produkcji biologicznej, modzie cyfrowej i technologiach recyklingu (np. recykling włókien) pozwalają na tworzenie zrównoważonych alternatyw i redukują ilość odpadów.
- **Zapotrzebowanie konsumentów:** Rosnąca świadomość i zainteresowanie zrównoważonym rozwojem, szczególnie wśród młodszych grup, napędzają rozwój rynku mody etycznej.
- **Wsparcie polityczne:** Regulacje, takie jak strategia UE na rzecz zrównoważonego obiegu zamkniętego w przemyśle tekstylnym, oraz inicjatywy branżowe (np. Fashion Pact) promują odpowiedzialne praktyki i ułatwiają dostęp do funduszy.
- **Współpraca:** Partnerstwa między markami, firmami recyklingowymi i organizacjami pozarządowymi wspierają tworzenie wspólnych rozwiązań, a modele biznesowe oparte na obiegu zamkniętym (odsprzedaż, wynajem, naprawa) generują nowe źródła przychodów.

Zrównoważona produkcja, upcykling oraz świadome pozyskiwanie surowców to fundamenty mody opartej na obiegu zamkniętym. Dzięki skutecznym strategiom marketingowym branża może łączyć rentowność z odpowiedzialnością społeczną i ekologiczną. W kolejnym rozdziale przedstawimy strategie marketingowe dla przedsiębiorców działających w modzie z recyklingu.



- 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 Najważniejsze publikacje i zestawy narzędzi

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 Platformy internetowe i społeczności

- Common Objective – Centrum wiedzy dla osób zajmujących się etyczną i zrównoważoną modą.
- Sustainable Apparel Coalition – Narzędzia takie jak indeks Higg służące do pomiaru wpływu społecznego i środowiskowego.
- Textile Exchange – Certyfikaty, porównania materiałów i wskazówki dotyczące zaopatrzenia.
- Circular Economy Club – Globalna sieć promująca innowacje w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym.

10.3 Szablony i listy kontrolne (do wewnętrznego zestawu narzędzi lub załączników)

- **Upcycling Design Canvas** - pomaga tworzyć nowe rzeczy z odpadów.
- **Lista kontrolna dotycząca odpowiedzialnego pozyskiwania surowców** - kryteria oceny dostawców dbających o środowisko.
- **Szablon do sprawdzania pochodzenia materiałów od dostawców** - pozwala sprawdzić, skąd, jak i od kogo pochodzą surowce.
- **Tabela porównawcza certyfikatów ekologicznych** - przegląd certyfikatów, takich jak GOTS, OEKO-TEX® i Cradle to Cradle.

Słownik (wybrane terminy)

- **Upcykling** - ponowne wykorzystanie zużytych materiałów do produkcji produktów o wyższej wartości.
- **Gospodarka o obiegu zamkniętym** - model skupiający się na eliminacji odpadów poprzez ponowne wykorzystanie, naprawę i recykling.
- **Identyfikowalność** - możliwość weryfikacji historii i drogi produktu lub materiału.
- **GOTS (Global Organic Textile Standard)** - wiodący standard certyfikacji włókien organicznych.
- **System obiegu zamkniętego** - system, w którym odpady są poddawane recyklingowi w nieskończoność, minimalizując straty zasobów.



Szanse na rozwój kompetencji w modzie z recyklingu dla budowania branży świadomej problemu odpadów

54

2024-2-RO01-KA220-YOU-000286513

Marka z misją: strategie marketingowe dla przedsiębiorców zajmujących się modą z recyklingu

Moduł przygotowany przez:
Serbia on the Move



PRAMMER



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Marketing i branding, planowanie biznesowe i zarządzanie finansami w branży mody z recyklingu

1. Wprowadzenie: Dlaczego budowanie marki ma znaczenie w modzie z recyklingu?

W dobie zmian klimatycznych, nadmiernej konsumpcji i zanieczyszczenia środowiska przemysł mody jest jednym z największych trucicieli na świecie. Każdego roku miliony ton odzieży trafiają na wysypiska śmieci, a do produkcji nowych tkanin zużywa się ogromne ilości wody, energii i surowców. Rezultatem jest cykl, który szkodzi zarówno planecie, jak i ludziom.

W tym kontekście moda z recyklingu przestaje być jedynie trendem, stając się koniecznością. Reprezentuje przejście do gospodarki o obiegu zamkniętym, gdzie odpady zamienia się w surowce, a odzież tworzy z myślą o trwałości. Aby jednak dotrzeć do szerokiego grona odbiorców i wpływać na ich wybory, kluczowy jest odpowiedni branding.

It is the feeling people have when they see your product, hear your name, or read your message.

It is your identity, but also your promise.
It communicates not only what you sell, but also what you believe in.

In recycled fashion, this distinction is even more important. A sustainable brand must communicate both style and purpose. People today don't just buy clothes – they buy values, beliefs, and a sense of belonging.

Your brand must clearly say:
“We care about the planet. We are changing the system.”

3. Telling your story: The heart of a purpose-driven brand

Success Stories: How to Learning from Leaders

Veja – Sustainable Sneakers with a Mission

Veja is a brand that produces sneakers from recycled and organic materials. Its strength lies in transparency and values. Customers don't just buy shoes – they buy honesty, sustainability, and a movement for better practices.

Patagonia – A Pioneer in Recycled Fashion



2. Czym jest marka?

Budowanie marki to coś więcej niż tworzenie logo.

Pojęcie marki jest często kojarzone wyłącznie z nazwą lub logo.

W rzeczywistości budowanie marki to znacznie więcej:





Materiały pochodzące z recyklingu: od 1993 roku firma wykorzystuje plastikowe butelki z recyklingu do produkcji kurtek polarowych.

Program „Worn Wear”: zachęca do naprawy, ponownego użycia i recyklingu odzieży zamiast niekończącej się konsumpcji.

Aktywizm: Patagonia inwestuje część swoich zysków w działania na rzecz ochrony środowiska, publicznie zabierając głos w celu ochrony naszej planety.

Przejrzystość: Klienci dokładnie wiedzą, skąd pochodzą materiały i kto produkuje ubrania.

Efekt? Zaufanie klientów, wysoka sprzedaż i globalny ruch społeczny. Patagonia jest dowodem na to, że budowanie marki w zrównoważonej modzie to nie tylko marketing – to konkretne działania.

4. Tożsamość marki w praktyce: nazwa, logo, kolory i slogan.

Studium przypadku: Wise Fashion

Wise Fashion to marka koncepcyjna zbudowana wokół idei świadomej i odpowiedzialnej mody - odzieży, która chroni planetę, a nie jej szkodzi. Jej tożsamość łączy estetykę, zrównoważony rozwój i jasny przekaz: moda może być jednocześnie pięknym i mądrym wyborem.



Kolory: Dominująca zieleń symbolizuje naturę, świeżość i zaufanie. Minimalistyczna kolorystyka podkreśla zasadę „mniej znaczy więcej”.

Logo: Forma sukienki (rzemiosło) połączona z liściem (natura). To połączenie odzwierciedla zarówno styl, jak i ekologię.

Przesłanie: Wise Fashion to nie tylko ubrania. To ruch na rzecz świadomych wyborów i lepszej przyszłości

5. Wybór odpowiednich mediów do promocji: jak i gdzie promować swoją markę.

Media społecznościowe to jedno z najskuteczniejszych i najbardziej efektywnych kosztowo narzędzi dla marek działających zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Strategia powinna skupiać się na edukacji, inspiracji i zaangażowaniu:

Treści edukacyjne: posty o wpływie mody na środowisko, zaletach mody z recyklingu i praktycznych wskazówkach, takich jak „Jak przedłużyć żywotność ubrań”.

Inspirujące treści: przedstaw proces tworzenia produktu – od surowców pochodzących z recyklingu po gotowy projekt. Wykorzystaj filmy, relacje i materiały wizualne, które podkreślają zarówno piękno, jak i ekologiczną odpowiedzialność.

Zaangażowanie społeczności: wykorzystaj ankiety, wyzwania i sesje pytań i odpowiedzi, aby zachęcić do dialogu i budować lojalność.

Na Facebooku skup się na tworzeniu grup i udostępnianiu rozbudowanych postów o tematyce ekologicznej.

Na Instagramie postaw na atrakcyjne wizualnie treści, filmy o procesie recyklingu i treści tworzone przez użytkowników (UGC). Hashtagi takie jak #WearTheChange i #SustainableStyle pomagają dotrzeć do szerszej grupy odbiorców.

6. Skuteczne strategie marketingowe przy niskim budżecie.

W przypadku nowych marek zrównoważonych budowanie widoczności nie wymaga ogromnego budżetu. Niezbędna jest natomiast kreatywność, autentyczność i konsekwencja.

1. Opowiadanie historii jako narzędzie budowania marki

Dziel się informacjami o pochodzeniu materiałów, sposobie ich recyklingu i osobach, które je wytworzyły. Ludzie identyfikują się z historiami, a nie tylko z produktami.

2. Media społecznościowe jako główny kanał komunikacji

Wykorzystaj bezpłatną promocję organiczną opartą na materiałach wizualnych: krótkich filmach, transformacjach „przed/po” recyklingu i klipach zza kulis.

3. Treści tworzone przez użytkowników (UGC)

Zachęcaj klientów do udostępniania zdjęć z hashtagami marki. Pozwala to budować zaufanie i społeczność bez ponoszenia kosztów.

4. Mikroinfluencerzy i eko ambasadorzy

Nawiąż współpracę z niewielkimi, ale aktywnymi influencerami (500–5000 obserwujących), którzy rzeczywiście dbają o zrównoważony rozwój. Ich autentyczność buduje wiarygodność.

5. Edukacja jako wartość marki

Udostępniaj bezpłatne materiały, takie jak mini-poradniki („5 sposobów na przedłużenie trwałości ubrań”): dzięki temu Twoja marka będzie postrzegana jako odpowiedzialna i kompetentna.

6. Minimalistyczna identyfikacja wizualna

Stick to simple, recognizable visuals – clean typography, green tones, and eco-inspired icons. This creates consistency across all platforms.

7. Społeczność, a nie tylko klienci

Organizuj sesje pytań na żywo, warsztaty lub akcje wymiany ubrań. Promuj swoją markę jako ruch społeczny, a nie tylko biznes.

7. Kierowanie reklamy do odbiorców: Dla kogo projektujesz?

Grupa docelowa zrównoważonej mody z recyklingu nie obejmuje wyłącznie tradycyjnych nabywców odzieży. Są to świadomi konsumenci, którzy:

1. Zwracają uwagę na swój wpływ na środowisko;
2. Stawiają na jakość, a nie ilość;
3. Wspierają uczciwe, przejrzyste i odpowiedzialne marki.

4. Łączenie estetyki wartości z etyką.

Projektowanie z myślą o tej grupie odbiorców oznacza stworzenie marki, która będzie oferować więcej niż tylko ubrania – będzie stylem życia i sposobem wyrażania własnych wartości.

8. Najważniejsze wnioski i kolejne kroki

Po omówieniu podstaw budowania marki i promocji pojawia się pytanie: jak przejść do działania i wcielić pomysły w życie? Poniżej przedstawiamy sugerowane kolejne kroki dla wszystkich, którzy chcą założyć lub rozwinąć markę modową opartą na recyklingu:

1. Określ swoje podstawowe wartości i misję

Spisz, czym zajmuje się Twoja marka. Zdecyduj, czy skupisz się na recyklingu, upcyklingu, gospodarce o obiegu zamkniętym, czy też będziesz łączyć wszystkie te elementy. Opracuj hasło przewodnie, które można wyrazić w jednym zdaniu (np. „Moda, która daje odpadom drugie życie”).

2. Zaczynaj od małych kroków, testuj i ucz się

Opracuj niewielką pierwszą kolekcję lub kolekcję kapsułową, wykorzystując materiały pochodzące z recyklingu. Przetestuj swoje produkty na niewielkiej grupie klientów, zbierz opinie i ulepsz projekty. Pamiętaj: na początku bardziej liczy się jakość i przekaz niż ilość.

3. Zbuduj silną prezencję online

Uruchom prostą, ale profesjonalną stronę internetową lub sklep online. Wykorzystuj Instagrama i Facebooka do opowiadania swojej historii oraz budowania pierwszej społeczności. Publikuj regularnie - nawet raz lub dwa razy w tygodniu - aby zwiększyć swoją widoczność w sieci.

4. Buduj partnerstwa

Współpracuj z lokalnymi rzemieślnikami, organizacjami zajmującymi się recyklingiem lub sklepami ekologicznymi. Nawiąż współpracę z mikroinfluencerami, którzy szczerze podzielają Twoje wartości. Tego typu partnerstwa pozwolą Ci zwiększyć zasięg bez dodatkowych kosztów.

5. Oceń swój wpływ

Monitoruj ilość odpadów, które poddajesz recyklingowi, lub liczbę ubrań, które ocaliłeś przed wysypiskami śmieci. Udostępnij te wyniki swoim odbiorcom - liczby zwiększają wiarygodność i budują zaufanie.

6. Plan rozwoju

Gdy już zbudujesz lojalną społeczność, pomyśl o ekspansji: nowych kolekcjach, sklepach typu pop-up lub współpracy z innymi markami. Rozwijając się, nie trać z oczu swojej misji. Klienci pozostaną z Tobą, jeśli poczują, że zachowujesz autentyczność.

Test samooceny

1. Dlaczego moda z recyklingu jest dziś ważna?

- a) Ponieważ jest tańsza niż nowe ubrania
- b) Ponieważ trendy w modzie szybko się zmieniają
- c) Ponieważ zmniejsza ilość odpadów i oszczędza zasoby
- d) Ponieważ ludzie lubią styl retro

(Prawidłowa odpowiedź: c)

2. Jakie wartości powinna komunikować marka zajmująca się modą z recyklingu?

- a) Tylko niskie ceny produktów
- b) Tylko nowoczesny wygląd odzieży
- c) Zarówno styl, jak i przesłanie – czyli wartości i troskę o planetę
- d) Tylko oryginalne logo

(Prawidłowa odpowiedź: c)

3. Która firma znana jest z programu „Worn Wear”, który zachęca do naprawy i ponownego użycia ubrań?

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

(Prawidłowa odpowiedź: b)

4. Która strategia jest polecana do reklamowania zrównoważonych marek z małym budżetem?

- a) Drogie reklamy telewizyjne
- b) Płatne reklamy w magazynach modowych
- c) Wykorzystanie storytellingu, mediów społecznościowych i mikroinfluencerów
- d) Otwieranie luksusowych butików

(Prawidłowa odpowiedź: c)

Planowanie biznesowe i zarządzanie finansami w branży mody z recyklingu

Od pomysłu do działania: planowanie biznesowe i podstawy finansowe dla przedsiębiorców zajmujących się modą z recyklingu

1. Elementy składowe prostego biznesplanu

Biznesplan to mapa działania, która pozwala przełożyć pomysł na konkretne kroki. Poniżej przedstawiono jego kluczowe elementy.

1.1 Podsumowanie

Co to jest: Zwięzły opis pomysłu na biznes, obejmujący misję, wizję oraz główne cele.

Dlaczego jest ważne: Inwestorzy i inni interesariusze często zapoznają się wyłącznie z podsumowaniem przed podjęciem decyzji o dalszym zainteresowaniu projektem (Scarborough, 2018).

Ćwiczenie: Napisz 5–6 zdań podsumowujących Twój pomysł na projekt z obszaru mody z recyklingu.

1.2 Opis działalności

Co to jest: Szczegółowe przedstawienie działalności firmy, jej formy prawnej, genezy oraz unikalnej propozycji wartości.

Znaczenie dla mody z recyklingu: Element ten pokazuje, w jaki sposób marka przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, ograniczania odpadów oraz promowania etycznych praktyk w branży modowej (Fletcher & Tham, 2019).

Ćwiczenie: Napisz jeden akapit opisujący Twoją markę oraz jej kluczowe, wyróżniające cechy.

1.3 Model biznesowy

Co to jest: Model biznesowy opisuje logikę tworzenia, dostarczania oraz pozyskiwania wartości przez firmę (Osterwalder & Pigneur, 2010).

W kontekście mody z recyklingu: Może obejmować sprzedaż unikatowych produktów z recyklingu, organizację warsztatów edukacyjnych lub oferowanie usług wymiany odzieży w modelu subskrypcyjnym.

Działanie: Stwórz diagram ilustrujący kluczowe nakłady, procesy oraz źródła przychodów Twojej firmy.

1.4 Plan operacyjny

Co to jest: opis sposobu codziennego funkcjonowania firmy.

Obejmuje: Procesy produkcyjne, współpracę z dostawcami, logistykę oraz dostawy do klienta (Barringer & Ireland, 2019).

W kontekście mody z recyklingu: Szczególny nacisk należy położyć na ekologiczne pozyskiwanie surowców, niskoemisyjną i niskoodpadową produkcję oraz stosowanie przyjaznych środowisku opakowań (Henninger et al., 2016).

Działanie: Opracuj mapę etapów produkcji - od pozyskania surowców po dostarczenie produktu do klienta.

1.5 Plan finansowy

Co to jest: dane liczbowe potwierdzające rentowność działalności.

Obejmuje: Koszty rozpoczęcia działalności, koszty bieżące, ceny i prognozy przychodów.

Dlaczego jest to ważny: Odpowiednie planowanie finansowe gwarantuje przetrwanie i rozwój (Scarborough, 2018). Z punktu widzenia mody z recyklingu: ceny powinny być przystępne, a jednocześnie zapewniać godziwe wynagrodzenia i wspierać odpowiedzialne pozyskiwanie surowców (Niinimäki & Hassi, 2011).

Zadanie: Oblicz koszt jednego produktu i ustal cenę sprzedaży.



3. Etapy planowania budżetu

1. Oszacuj wielkość produkcji

Ustal, ile produktów chcesz wyprodukować i sprzedać każdego miesiąca. Przykład: 20 kurtek dżinsowych z recyklingu.

2. Spisz koszty zmienne (koszty, które zmieniają się wraz z produkcją).

- Materiały pochodzące z recyklingu (np. używane dżinsy: 10 euro za kurtkę)
- Praca (szycie: 12 euro za kurtkę)
- Pakowanie i wysyłka (np. 4 euro za kurtkę)
- → Koszt zmienny na kurtkę = 26 euro

3. Oblicz koszty stałe

4. Oblicz całkowity koszt na produkt

Podziel koszty stałe przez liczbę produktów, a następnie dodaj koszty zmienne.

- Stały koszt jednej kurtki: $600 \text{ €} \div 20 = 30 \text{ €}$
- Całkowity koszt jednej kurtki = $26 \text{ €} + 30 \text{ €} = 56 \text{ €}$

5. Ustal cenę

Dodaj marżę zysku. Na przykład, jeśli chcesz uzyskać marżę w wysokości 30%:

Cena sprzedaży = $56 \text{ €} \times 1,3 = 72,80 \text{ €}$

6. Oblicz próg rentowności

Próg rentowności = $\text{Koszty stałe} \div (\text{Cena sprzedaży} - \text{Koszty zmienne})$

- $600 \text{ €} \div (72,80 \text{ €} - 26 \text{ €}) = 600 \text{ €} \div 46,80 \text{ €} = 13$ kurtek
- → Aby pokryć koszty, musisz sprzedać co najmniej 13 kurtek miesięcznie.

Wniosek: Aby pokryć koszty, musisz sprzedawać co najmniej 13 kurtek miesięcznie.

Narzędzia, z których możesz skorzystać

- Arkusze kalkulacyjne (Excel, Arkusze Google) – ułatwiają wykonywanie obliczeń.
- Bezpłatne aplikacje księgowo, takie jak Wave lub Zoho – pomagają śledzić wydatki i sprzedaż.

4. Podstawy prognozowania finansowego i myślenia długoterminowego

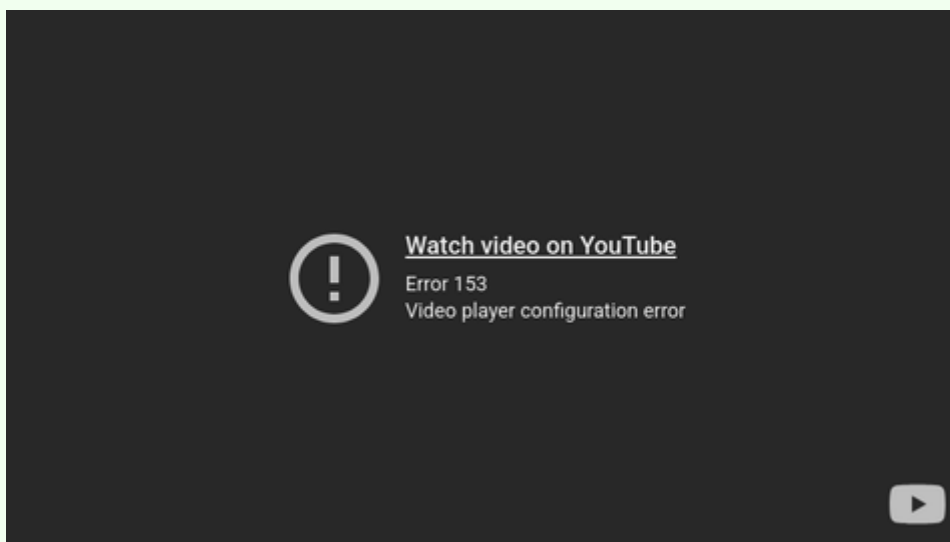
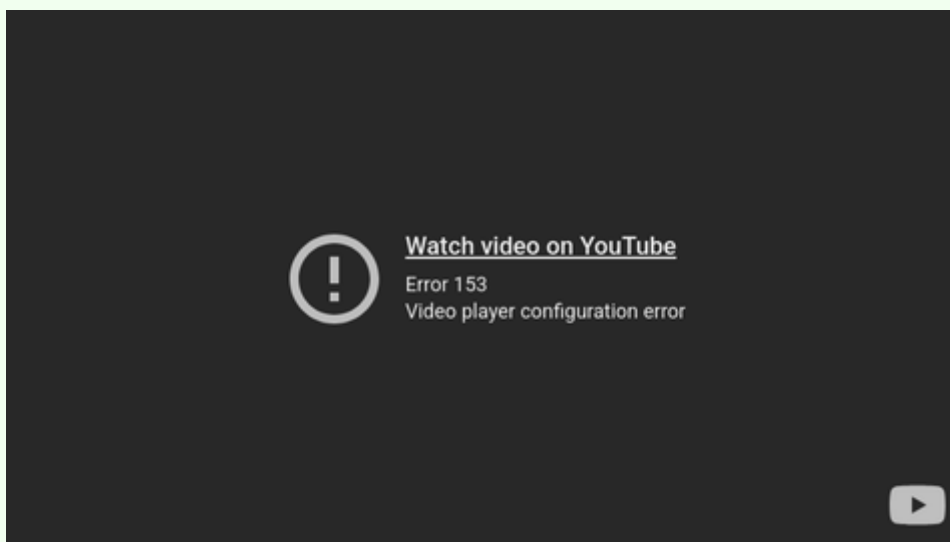


Prognozowanie polega na przewidywaniu przyszłych przychodów i wydatków w określonym czasie. W przypadku start-upów może ono obejmować proste, lecz kluczowe elementy:

1. Analizę progu rentowności - określenie momentu, w którym przychody pokrywają koszty.
2. Prognozy sprzedaży - oparte na realistycznej ocenie popytu rynkowego.
3. Prognozowanie przepływów pieniężnych - zapewniające płynność finansową niezbędną do terminowego regulowania zobowiązań wobec dostawców i pracowników.

W kontekście mody z recyklingu prognozowanie powinno dodatkowo uwzględniać zmienność podaży, wynikającą z dostępności materiałów z drugiej ręki, oraz sezonowość popytu, np. w okresach wyprzedaży świątecznych. Długoterminowe podejście sprzyja odpowiedzialnemu skalowaniu działalności przy jednoczesnym zachowaniu zrównoważonego rozwoju jako nadrzędnego celu (Fletcher & Tham, 2019).

5. Inspirujące historie młodych przedsiębiorców



5. Test samooceny

Pytanie 1

Jaki jest główny cel tworzenia budżetu dla firmy zajmującej się modą z recyklingu?

- a) Aby zaimponować inwestorom
- b) Aby zrozumieć koszty i kontrolować wydatki
- c) Aby zwiększyć podatki
- d) Aby uniknąć tworzenia biznesplanu

Prawidłowa odpowiedź: b) Aby zrozumieć koszty i kontrolować wydatki

Pytanie 2

Jeśli stałe koszty miesięczne wynoszą 500 euro, a koszt zmienny na produkt wynosi 15 euro, to jaki jest całkowity koszt produkcji 10 sztuk?

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

Prawidłowa odpowiedź: c) 650 euro

(Wyjaśnienie: 500 euro stałych kosztów + (15 euro × 10) kosztów zmiennych = 650 euro)

Pytanie 3

Jeśli produkcja kurtki kosztuje 40 euro, a chcesz uzyskać 25% marżę zysku, jaka powinna być cena sprzedaży?

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

Prawidłowa odpowiedź: b) 50 euro

(Wyjaśnienie: $40 \text{ euro} \times 1,25 = 50 \text{ euro}$)

Pytanie 4

Co oznacza termin „próg rentowności”?

- a) Moment, w którym po raz pierwszy sprzedajesz produkt
- b) Liczba produktów, które musisz sprzedać, aby pokryć wszystkie koszty
- c) Kwota pieniędzy, którą zarabiasz po odliczeniu zysku
- d) Moment, w którym Twoje koszty maleją

Prawidłowa odpowiedź: b) Liczba produktów, które musisz sprzedać, aby pokryć wszystkie koszty

Odniesienia:

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>

Etyka w modzie z recyklingu

Moduł przygotowany przez:
Fundację
Inkubator Innowacji



Kwestie etyczne i społeczne w modzie z recyklingu

Moda jest głęboko wpleciona w życie naszych społeczeństw, a nadmierna produkcja odzieży ma nie tylko poważne konsekwencje ekologiczne, ale także budzi wątpliwości etyczne i społeczne.

Rozwój szybkiej mody doprowadził do niesprawiedliwości środowiskowej, kolonializmu odpadowego i wyzysku pracowników w krajach o niskich i średnich dochodach. Rosnąca świadomość konsumentów pomaga zmienić wzorce konsumpcji i zachęca do bardziej etycznej produkcji, ale bez przejrzystości marki często uciekają się do greenwashingu, aby sprawiać wrażenie bardziej ekologicznych niż są w rzeczywistości. Jest to szkodliwa praktyka, ponieważ wprowadza klientów w błąd, sugerując im, że dokonali lepszego eko wyboru i podważa zaufanie do wszystkich inicjatyw ekologicznych.

Moda z recyklingu jest alternatywą dla niekończącej się produkcji nowych ubrań. Może ona przybierać różne formy: przetwarzanie starych tekstyliów w celu uzyskania nowej przędzy, rozkładanie włókien chemicznie aby otrzymać nowe materiały, ponowne wykorzystanie i odsprzedaż produktów (dobrym przykładem są platformy takie jak Vinted), downcycling (przetwarzanie starych tekstyliów w produkty o niższej wartości, na przykład ubrania bawełniane w szmaty przemysłowe) oraz upcycling (kreatywne przetwarzanie starych tekstyliów w produkty o wyższej jakości).

Kwestie etyczne i społeczne w modzie z recyklingu

Praktyki związane z modą pochodzącą z recyklingu wspierają odpowiedzialną konsumpcję oraz lokalną dystrybucję wartości, m.in. poprzez punkty naprawcze, co pozytywnie wpływa na środowisko.

Według danych BCG (1) aż 80% wyrzucanej odzieży nie jest ponownie wykorzystywane ani poddawane recyklingowi, lecz trafia na wysypiska lub do spalarni. W 2024 r. ilość wyrzuconych ubrań mogłaby wypełnić 200 stadionów olimpijskich, przy czym ponownie wykorzystano jedynie 12%, a mniej niż 1% poddano recyklingowi (1). Ma to istotne znaczenie, ponieważ przemysł modowy odpowiada za około 10% globalnych emisji gazów cieplarnianych (2), z czego 92% pochodzi z produkcji tekstyliów (1). Wobec ponad dwukrotnego wzrostu produkcji od 2000 r. moda oparta na recyklingu odpowiada na problem ciągłego wytwarzania nowych tkanin.

Źródła:

1. Sajdeh, R., Martinez-Pardo, C., Meyer zum Felde, A., Lange, T., Tieri, E. i Evans, E. (12 sierpnia 2025 r.). Przetwarzanie odpadów tekstylnych w wartość. Boston Consulting Group.

Kwestie etyczne i społeczne w modzie z recyklingu

Moda z recyklingu stanowi alternatywę dla niekończącej się produkcji nowych ubrań. Może przyjmować różne formy, takie jak mechaniczne rozdrabnianie zużytych tekstyliów w celu wytworzenia nowej przędzy, chemiczny rozkład włókien umożliwiający ich ponowne wykorzystanie, a także ponowne użycie i odsprzedaż produktów - czego przykładem są platformy takie jak Vinted. Obejmuje ona również downcykling, polegający na przekształcaniu tekstyliów w produkty o niższej wartości (np. bawełnianą odzież w szmaty przemysłowe), oraz upcykling, czyli kreatywne przetwarzanie materiałów w wyroby o wyższej jakości i wartości.

2. Ramowa konwencja Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu. (6 września 2018 r.). ONZ pomaga branży modowej przejść na niskoemisyjne rozwiązania.

Etyka mody z recyklingu

Choć nadmierna konsumpcja moda jest problemem globalnym, statystyki europejskie dobrze odzwierciedlają trendy międzynarodowe. Według Europejskiej Agencji Środowiska w 2022 r. 27 państw członkowskich Unii Europejskiej wygenerowało średnio 16 kg odpadów tekstylnych na mieszkańca, co łącznie stanowiło około 6,94 mln ton odpadów tekstylnych (2).

Zła wiadomość jest taka, że w całej UE około 11,1 kg tekstyliów i obuwia na osobę nie trafiło do oddzielnego kosza i straciło szansę na recykling lub ponowne wykorzystanie (2). W skali globalnej odpady tekstylne oznaczają stratę surowców o wartości 150 miliardów dolarów, które zamiast wrócić do obiegu produkcyjnego, trafiają na wysypiska. Jak wskazuje to samo źródło, odzyskanie zaledwie 25% tych materiałów wystarczyłoby do zrównoważenia rocznych wydatków na surowce 30 największych firm modowych na świecie (1).

Nadmierna produkcja odzieży rodzi również poważne problemy etyczne: nasila zanieczyszczenie mikroplastikiem, prowadzi do powstawania ogromnych składowisk odpadów w krajach o niskich dochodach oraz zwiększa zużycie energii i wody — zasobu, który z roku na rok staje się coraz bardziej deficytowy.

Recykling, we wszystkich swoich formach, może częściowo kompensować te szkody, zwłaszcza gdy wspiera długoterminową cyrkularność. Problem pojawia się jednak wtedy, gdy staje się on jedynie fasadą. Greenwashing, przrzucanie ciężaru odpadów na społeczności mniej uprzywilejowane czy stosowanie toksycznych procesów w recyklingu chemicznym generują nowe zagrożenia, które niestety coraz częściej występują w branży.

Etyka mody z recyklingu

Etyczny recykling jest środowiskowo, społecznie i ekonomicznie sprawiedliwy i koncentruje się na namacalnych efektach, a nie na ładnie wyglądających statystykach korporacyjnych. W najlepszym wydaniu ogranicza ilość odpadów tekstylnych, promuje odpowiedzialną konsumpcję modową, podnosi świadomość ekologiczną, zachęca do kreatywności i wspiera lokalną gospodarkę poprzez produkcję na małą skalę, naprawy i odsprzedaż.

Źródła:

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 odcieni greenwashingu

Kiedy zrównoważony rozwój staje się jedynie narzędziem marketingowym, a marki podają przesadzone lub wprowadzające w błąd informacje na temat pochodzenia materiałów pochodzących z recyklingu, mamy do czynienia z greenwashingiem.



50 odcieni greenwashingu

Greenwashing jest wszechobecny i często zaczyna się od wprowadzających w błąd etykiet na ubraniach.

Poniżej przykład: marka fast fashion wprowadza na rynek linię „przyjazną dla środowiska”, umieszczając na etykietach słowa takie jak „zrównoważony” i „ekologiczny”, następnie dodając drobnym drukiem, że tylko 7% materiału pochodzi z recyklingu.

Kolejny przepis na kampanię greenwashingową? Wielkie deklaracje, szlachetne inicjatywy i minimalna przejrzystość. Jeśli marka promuje inicjatywy recyklingowe i zbiera tekstylia, ale nie ujawnia procentowego odsetka produktów, które przeszły recykling, liczby te prawdopodobnie nie są imponujące. Często kampanie recyklingowe pomijają fakt, że większość zebranych produktów jest poddawana downcyclingowi (przetwarzane są na produkty o mniejszej wartości, takie jak szmaty przemysłowe) lub eksportowana do krajów o niższych dochodach.

Czasami marki twierdzą, że używają materiałów pochodzących z recyklingu, ale nie dbają o zrównoważony rozwój, produkując ubrania, które można nosić zaledwie kilka razy, zanim staną się bezużyteczne.

Ciągłe wprowadzanie na rynek kolekcji mody z recyklingu w celu promowania zrównoważonego rozwoju przy jednoczesnym zwiększaniu ogólnej produkcji i zużycia wody z roku na rok jest kolejnym przykładem ładnie opakowanego greenwashingu.

50 odcieni greenwashingu

Najlepszym antidotum na greenwashing jest edukacja konsumentów, oparta na transparentności marki. Weryfikowalne źródła danych i świadomość ekologiczna nie pozostawiają miejsca na przesadzone deklaracje. Produkcja dużych ilości ubrań o krótkim okresie użytkowania z materiałów pochodzących z recyklingu nie jest etyczna, niezależnie od tego, czy są one reklamowane jako „ekologiczne”.

Greenwashing jest formą oszukiwania klientów, która podważa wiarę ludzi w inicjatywy zrównoważonego rozwoju, opóźnia zmiany systemowe niezbędne do uzyskania rzeczywistego wpływu i przenosi większość odpowiedzialności ekologicznej na klientów, a nie producentów.

Oto kilka pytań, które pomogą zidentyfikować kampanie greenwashingu:

- Czy informacje na etykiecie można łatwo zweryfikować na podstawie rzeczywistych danych?
- Ile produktów z linii ekologicznej jest faktycznie wykonanych z materiałów pochodzących z recyklingu?
- Jaki jest procent tekstyliów z recyklingu wykorzystanych w produkcji?
- Czy kolekcja jest produkowana w dużych ilościach?
- Jak przejrzysty jest łańcuch dostaw?

Przejrzystość w branży modowej i strategii UE dotyczące tekstyliów

W czasie, gdy na całym świecie rosną góry odpadów, a w **Europie ubrania są noszone średnio od 7 do 10 razy, zanim trafią do kosza (1)**, UE pracuje nad strategiami walki z odpadami tekstylnymi. Pierwszy krok już poczyniono: zgodnie z nowymi przepisami UE dotyczącymi odpadów wszystkie państwa członkowskie muszą zorganizować oddzielne punkty zbiórki odpadów tekstylnych. **Odpady tekstylne nie mogą być już mieszane z ogólnymi odpadami komunalnymi, dzięki czemu można je poddać recyklingowi.**

Strategia UE na rzecz zrównoważonego i cyrkularnego sektora tekstyliów zakłada transformację branży do 2030 roku. Rynek ma opierać się na trwałej odzieży nadającej się do recyklingu, projektowanej z myślą o wielokrotnym użytkowaniu, naprawie i ponownym przetwarzaniu zgodnie z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym.

Oto kroki, które UE podejmie w celu stworzenia lepszej przyszłości dla branży tekstylnej:

- **Obowiązkowe wymogi ekoprojektu:** UE wprowadzi wiążące, produktowe standardy ekoprojektu, aby wydłużyć cykl życia tekstyliów i ograniczyć ich wpływ na klimat. Obejmą one trwałość, możliwość naprawy i ponownego użycia oraz minimalny udział włókien z recyklingu (2).
- **Przejrzystość i zakaz niszczenia produktów:** Duże przedsiębiorstwa będą zobowiązane do publicznego ujawniania liczby wyrzucanych lub niszczonych produktów, w tym tekstyliów (2). Wprowadzony zostanie także zakaz niszczenia niesprzedanych i zwróconych artykułów.

Przejrzystość w branży modowej i strategii UE dotyczące tekstyliów

Zmniejszenie zanieczyszczenia mikroplastikiem: tekstylia wykonane z włókien syntetycznych, takich jak poliester, stanowią jedno z głównych źródeł niezamierzonego uwalniania mikroplastiku.

Cząsteczki te zanieczyszczają łańcuchy żywnościowe, szkodzą zwierzętom i nie ulegają biodegradacji, pozostając w ekosystemach przez setki lat.

Największe ilości mikroplastiku uwalniają się podczas pierwszych 5–10 prań, szczególnie w przypadku odzieży typu fast fashion. UE planuje ograniczyć to zjawisko poprzez wiążące wymogi projektowe, wstępne pranie w zakładach produkcyjnych oraz stosowanie filtrów do pralek i łagodnych detergentów, które redukują emisję mikroplastiku podczas prania (2).

Źródła:

- 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

Przejrzystość w branży modowej i strategii UE dotyczące tekstyliów

Nowa strategia UE dotycząca tekstyliów ma sprawić, żeby ponowne wykorzystanie i naprawa odzieży stały się standardem - opłacalnym, dostępnym i powszechnie stosowanym w całej Europie. Zakłada ona rozwój sieci usług naprawczych oraz zdecydowane ograniczenie ilości odpadów tekstylnych. W nowym modelu tekstylia nie kończą swojego życia na składowiskach po pierwszym użyciu, a recykling staje się domyślnym i prawnie uregulowanym rozwiązaniem.

- **Wprowadzenie cyfrowego paszportu dla produktów tekstylnych:** każdy produkt tekstylny będzie posiadał cyfrowy opis zawierający informacje na temat jego cyrkularności (czy nadaje się do recyklingu? czy można go naprawić w przypadku rozdarcia?), składu włókien i wpływu na środowisko (czy jest trwały? w jaki sposób został wyprodukowany?) oraz pochodzenia (1).
- **Ograniczenie greenwashingu: ekologiczne deklaracje będą wymagały potwierdzenia** - firmy modowe będą musiały zapewnić klientom gwarancję trwałości produktów oraz odpowiednie informacje na temat możliwości ich naprawy. Produkty będą miały własną, zgodną z prawdą ocenę naprawialności, informującą klientów o ich trwałości. Wszelkie deklaracje ekologiczne będą weryfikowane, aby ograniczyć próby greenwashingu i zwiększyć przejrzystość branży modowej (1).
- **Większa odpowiedzialność producentów, a nie wywoływanie poczucie winy u klientów:** głównym celem jest zaangażowanie producentów w proces zbiórki tekstyliów, zarówno w wymiarze finansowym, jak i operacyjnym, aby stworzyć skuteczny system zbiórki, sortowania, ponownego wykorzystania i recyklingu w całej UE (1).

Kulturowa zmiana wzorców konsumpcji modowej

Prawdziwa rewolucja tekstylna zaczyna się od kulturowej zmiany naszej relacji z modą. Szybka moda promuje szybką konsumpcję, bez emocjonalnego przywiązania do ubrań i z zerowym poszanowaniem wartości posiadanych rzeczy. Wszystko według zasady: używaj, wyrzucaj i powtarzaj. Prawdziwym postępowaniem kulturowym jest przejście do odpowiedzialnej mody, która skupia się na jakości i trwałości, a nie na ilości.



Kulturowa zmiana wzorców konsumpcji modowej

Odpowiedzialne podejście do mody uczy troski o odzież, wyboru ubrań ze względu na ich trwałość i możliwość naprawy - zamiast podążania za trendami i chwilową przyjemnością - oraz przywraca znaczenie tradycyjnych praktyk, takich jak szycie, cerowanie i upcykling.

W efekcie sprzyja to rozwojowi lokalnych gospodarek naprawczych, obejmujących społeczne centra szycia, sklepy z odzieżą z recyklingu i używaną oraz inicjatywy upcyklingowe, które stanowią fundament lokalnych gospodarek o obiegu zamkniętym.

Korzyści jest wiele:

- wydłużenie cyklu życia produktów i ograniczenie ilości odpadów,
- wzmocnienie więzi społecznych, większa samowystarczalność oraz odporność na kryzysy (naprawa przedmiotów sprawia, że nie trzeba kupować nowych)
- odzyskiwanie i rozwijanie przyjaznych środowisku umiejętności, takich jak szycie i cerowanie,
- tworzenie lokalnych miejsc pracy oraz wsparcie dla projektów rzemieślniczych.

Warsztaty upcyklingu i szycia organizowane w całej Europie pobudzają kreatywność oraz budują emocjonalne przywiązanie do własnych ubrań - coś, czego nie oferuje jednorazowa odzież typu fast fashion, zaprojektowana z myślą o zaledwie kilku noszeniach.

Ruch mody z recyklingu to wspólny wysiłek na rzecz ponownego nawiązania relacji z tym, co nosimy, zmiany nawyków konsumpcyjnych oraz przejęcia odpowiedzialności za posiadane przedmioty i ich wpływ na środowisko naturalne.

Kulturowa zmiana wzorców konsumpcji modowej

Kreatywne wykorzystanie tekstyliów to kwestia wyobraźni: materiały można ponownie wykorzystać i nadać im nowe przeznaczenie na wiele kreatywnych sposobów. Zużyte tekstylia mogą zostać przekształcone m.in. w:

- zabawki dla psów,
- praktyczne nerki podróżnicze
- kolorowe pokrowce na laptopy,
- ręcznie robione lalki,
- unikalne projekty modowe,
- dywany i wykładziny,
- portfele i inne akcesoria.

Dzięki umiejętnościom szycia możliwości są niemal nieograniczone. Upcykling nie tylko ogranicza ilość odpadów tekstylnych, lecz także pozwala tworzyć autentycznie unikalne produkty, które wyróżniają się w epoce masowej produkcji.

Kulturowa zmiana wzorców konsumpcji modowej

Rzetelna edukacja modowa na temat rzeczywistych kosztów szybkiej mody jest kluczowym elementem zmiany zbiorowego podejścia do konsumpcji odzieży. Prawdziwa transformacja zaczyna się wtedy, gdy konsumenci kupują mniej, częściej naprawiają swoje ubrania i ponownie wykorzystują tekstylia. Rosnąca liczba lokalnych inicjatyw szycia i upcyklingu sprzyja rozwojowi cennych umiejętności naprawczych, które wspierają świadomą konsumpcję modową. Choć etyczne wybory rzadko bywają wygodne, dzięki lepszemu dostępowi do punktów zbiórki odpadów tekstylnych, większej przejrzystości działań marek oraz rozwojowi lokalnych usług naprawczych, recykling może dziś zostać włączony do codziennego życia obywateli UE znacznie łatwiej niż kiedykolwiek wcześniej.



Nowe oblicze tekstyliów: stwórz własny projekt mody z recyklingu

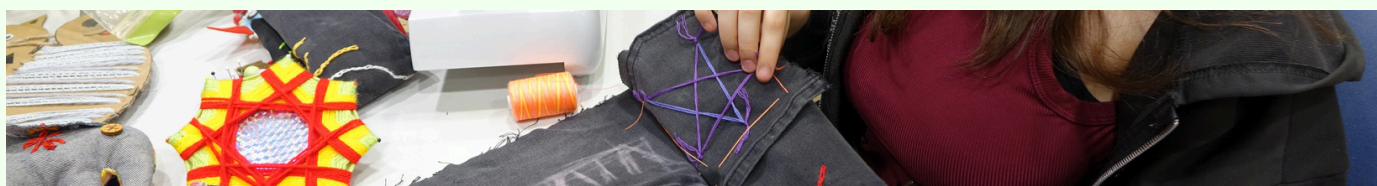
Rewolucja w branży tekstylnej zaczyna się od indywidualnych wyborów. Wykorzystanie wyobraźni do zrozumienia, co jest potrzebne do tworzenia projektów - a nawet biznesów - opartych na modzie z recyklingu pozwala lepiej dostrzec ukryte koszty szybkiej mody. **Etyczne inicjatywy w obszarze mody z recyklingu nierozdzielnie wiążą się z kwestiami społecznymi i etycznymi, których nie można pomijać.**

Wymyśl własny projekt mody z recyklingu

Zastanów się, jakie materiały chcesz ponownie wykorzystać i jaki cel środowiskowy lub społeczny ma spełniać Twój projekt. Pomocne będą następujące pytania:

- Czy materiały rzeczywiście pochodzą z recyklingu lub odzysku i są trwałe oraz bezpieczne?
- Czy produkcja zapewnia godziwe wynagrodzenie i dobre warunki pracy?
- Jaki poziom przejrzystości łańcucha dostaw chcesz zapewnić?
- Czy opakowanie jest ekologiczne i czy oferujesz opcje naprawy lub zwrotu?
- Czy projekt stawia długoterminową zrównoważoną produkcję ponad krótkotrwałe trendy?

Etyczne projekty mody z recyklingu minimalizują wpływ na środowisko, dbają o przejrzystość materiałów i procesów oraz o sprawiedliwe warunki pracy. Najlepsze praktyki obejmują transparentne pozyskiwanie materiałów z recyklingu, modele oparte na obiegu zamkniętym oraz lokalne zaangażowanie społeczne.



Nowe oblicze tekstyliów: wymyśl swój projekt mody z recyklingu

Fast fashion rozkwita, gdy klienci są bierni, mają obsesję na punkcie trendów i ilości, a nie przejmują się długoterminowymi konsekwencjami nadmiernej konsumpcji modowej. Czy to my posiadamy ubrania, czy to one posiadają nas, jeśli zakupy stają się niemal kompulsywne? Rewolucja tekstylna zaczyna się od osobistej i zbiorowej odpowiedzialności za rzeczy, które posiadamy i konsumujemy.

Moda z recyklingu to praktyczna forma kreatywności i troski o środowisko. To najlepsza metka na rynku.

