



GUŠI LI MODA PLANETU?

Brze promjene modnih trendova, masovna proizvodnja jeftinih komada odjeće te stalna potreba za biti „IN“ pozicionirali su tekstilnu industriju na drugo mjesto u top tri najveća zagađivača na svijetu. Međutim, posljednjih godina dolazi do promjene svijesti te promocije etičke i održive mode s naglaskom na recikliranje odjeće i ostalog tekstila.

Za tekstilni otpad jednako su odgovorni kako proizvođači odjeće tako i kupci. Sama pomisao na količine stvorenog otpada u posljednjih 20 godina je zastrašujuća. Naime, svake godine se u SAD-u prikupi više od 15 milijuna tona tekstilnog otpada, samo se dva milijuna tona reciklira, tri se koriste za stvaranje energije dok se preostalih 10 milijuna tona odlaže na odlagalištima. Najmnogoljudnija zemlja, Kina proizvodi 50 % svjetske odjeće dok samo u Hong Kongu dnevno odbace i do 253 tone tekstila (ostatci korišteni u proizvodnji te odjeća i obuća koju su kupci odbacili). U Europskoj uniji godišnje se proizvede oko 12,2 milijuna tona tekstilnog otpada, od čega se više od polovice odlaže na odlagališta, a manji dio se spaljuje.

S obzirom na činjenicu da je čak 95 % tekstilnog otpada moguće reciklirati, modni brendovi sve češće usmjeravaju svoje poslovanje u tom smjeru. Tako se u posljednjih godina brendovi uključuju u razne inicijative recikliranja. Neki brendovi uveli su sustav nagrađivanja pri kupovini na način da svaki kupac dobiva određeni popust prilikom iduće kupovine (najpoznatiji primjer u Hrvatskoj je H&M).

Upravo zbog raznih inicijativa ali i sve većeg konsumerizma kojeg platna sposobnost građana sve teže prati, javlja se želja za manjom ali kvalitetnijom kupovinom. Ovakav stav doveo je do stvaranja trenda tzv. „upcycling“ mode. Navedeni izraz predstavlja modni koncept korištenja odjeće i modnih dodataka koji se više ne mogu ili ne žele koristiti u prvotnom obliku te se pretvaraju u nove i jedinstvene komade. Koncept predstavlja održivost nastalih predmeta, nižu cijenu i uštedu resursa te unikatnost novih proizvoda.

U Hrvatskoj također postoje dobri primjeri „upcycling“ koncepta. Primjerice brend Neha Neha iz Varaždina oslikava i ukrašava detaljima korištene traper jakne te prodaje kao unikatne komade.

Razmisli i ti, koliko često mijenjati odjeću? Može li se staroj odjeći dati novi izgled ili prenamijeniti u torbu, jastučnicu, platnenu vreću? Ili možeš donirati odjeću nekome kome je zaista potrebna?

Ovaj članak pisan je u okviru projekta „Naučimo pametno gospodariti otpadom“ sufinanciran iz Kohezijskog fonda.

