



CIRKULÁRNÍ MÓDA

CIRKULÁRNÍ EKONOMIKA
JAKO CESTA ZMĚNY
MÓDNÍHO PRŮMYSLU

Úvodní slovo švédské velvyslankyně

Podle zjištění Nadace Ellen MacArthur z roku 2018

Průměrná **životnost oděvu** se za posledních patnáct let zkrátila o 36 %.

73 % materiálů, které se na celém světě využívají k výrobě oděvů a **oblečení, končí bez dalšího využití** na skládkách nebo se spálí. Každou vteřinu tak skončí jedno popelářské auto plné textilu na skládce či ve spalovně. Pouze 1 % z nich se zrecykluje.

Pokud vše půjde stejnou cestou jako dosud, bude v roce 2050 **roční materiálová spotřeba** v textilním průmyslu 300 milionů tun materiálu.

Oděvní průmysl nejen plýtvá, ale také **znečišťuje prostředí**: půl milionu tun mikrovláken se každý rok uvolní z oblečení do světových oceánů, což je množství, které odpovídá 50 miliardám plastových lahví.

V roce 2015 se vlivem textilního průmyslu uvolnilo **do atmosféry** 1,2 miliard tun „přepočítaných“ emisí CO₂.

120 milionů stromů padne každý rok jenom kvůli potřebám textilního průmyslu.

Tři z pěti nově zakoupených kusů oblečení končí do roka v odpadkovém koši. To odpovídá přibližně hodnotě 500 miliard dolarů, zjistila společnost McKinsey & Company.

Podle McKinsey & Company může uplatňování postupů a principů cirkulární ekonomiky od roku 2030 přinášet v Evropě úspory ve výši 1,8 bilionů eur a výnosy ve výši 600 miliard eur ročně

Podle průzkumu CSR & Reputation Research 2016 je 68 % lidí v Česku ochotno připlatit si za výrobek, který je šetrný k životnímu prostředí.

Podle údajů společnosti Potex se u nás recyklují pouhé 3 % textilu a 97 % skončí na skládkách či ve spalovnách. Potenciál pro opětovné využití je přitom 98 %.

Klíčovým principem udržitelného rozvoje je, že příslušníci jedné generace by měli jednat tak, aby zachovali zdroje pro generace příští. Dnes je pro většinu Švédů udržitelnost životním způsobem.

Švédsko bylo jednou z prvních zemí, která začala o udržitelnosti uvažovat. Na začátku 60. let jsme si uvědomili, že budeme muset řešit otázku rychlého ubývání přírodních zdrojů. Zhostili jsme se vůdčí role během organizace první konference OSN o životním prostředí, která se uskutečnila v roce 1972 ve Stockholmu. Od té doby je téma životního prostředí předmětem našeho zájmu.

Jako spotřebitelé máme velký vliv na rozvoj. Na tom, co jíme, jak se oblékáme a jak cestujeme, záleží. Švédsko je dnes na přední pozici v množství biopotravin v EU, je vzorem pro ostatní v otázkách recyklace plechovek a lahví a většinu energie získává z obnovitelných zdrojů.

Švédská oděvní společnost H&M je světovým lídrem ve využívání ekologicky produkované bavlny. Švédská vláda vymezila přibližně jednu miliardu korun na výzkum a vývoj ekologických technologií, včetně udržitelného oblékání. V posledních letech otvírá čím dál více obchodů s ekologickou módou a dokonce i zaběh-

nuté značky začaly ve svých kolekcích používat ekologicky produkovaná vlákna. Roste také trh se secondhandovým oblečením v kamenných obchodech či na internetu.

Udržitelný růst je založen na sdílené odpovědnosti. Pokud chceme zachránit zemské klima, zachovat naši biodiverzitu a zabránit tomu, aby v oceánech bylo více plastů než ryb, musí se snažit každý z nás. Nemůžeme čekat a nemůžeme doufat, že bude konat někdo za nás. Žádný člověk nesvede udělat vše, ale každý z nás může udělat alespoň něco. Na každém rozhodnutí v našem všedním životě záleží. Také na vaší snaze záleží.

Viktoría Li, velvyslankyně Švédska, Praha



Stav módního průmyslu

v roce 2019

Oděv a oblékání patří mezi naše základní potřeby. Ale pro mnohé z nás představují také nedílnou součást naší identity, svobody a projevu vlastní osobnosti. O to paradoxnější je, že způsoby, jakými se dnes většina oblečení vyrábí, používá i likviduje, až nápadně často neodpovídají hodnotám, které zastáváme a hájíme. Rychloobrátkový kolotoč výroby a spotřeby dnešního oblečení, roztáčený do čím dál závratnější rychlosti, je totiž krajně plynutavý a destruktivní pro životní prostředí, planetu Zemi i zdraví lidí.

Neviditelná daň bavlny: Aralské jezero

Aralské jezero kdysi bývalo čtvrtou největší pevninskou vodní plochou, pokrývalo rozlohu jen o něco menší než Česko. Dnes zabírá pouhou desetinu svojí původní plochy. Ještě za éry Sovětského svazu se dva hlavní vodní toky, zásobující jezero vodou, proměnily na zavlažování rozsáhlých bavlníkových plantáží. Pěstování bavlny je enormně náročné na vodu i pesticidy. Aralské jezero následně začalo vysychat a zvýšila se salinita vody. Začal mizet i život, postupně hynuly ryby, usychala zeleň a v místě původního jezera a jeho dřívě životem kypících okolí teď najdeme jen jedovatou poušť.

Rychloobrátkový byznys a nekonečná potřeba

Módní průmysl je druhým největším spotřebitelem vody na světě a zároveň produkuje dvacet procent veškeré odpadní vody. Každý rok se do světových moří a oceánů uvolní půl milionu tun mikrovla-

ken, množství, které odpovídá padesáti miliardám plastových lahví. Mikrovlákná, která mohou narušit potravní řetězce, je téměř nemožné ekologicky zlikvidovat a odbourat z životního prostředí. Výroba oděvů a oblečení ročně vytvoří více emisí skleníkových plynů než celosvětová letecká a lodní doprava dohromady.

Podle studie představené na Kodaňském módním summitu skončí kvůli módnímu průmyslu každým rokem na skládkách 92 milionů tun pevného odpadu. Jenom v Česku to podle společnosti Potex odpovídá 200 tisícům tun, což je 97 procent textilu, jehož se majitelé zbavují. To znamená, že pouhá tři procenta vyřazeného textilu nachází další využití. Každou vteřinu skončí na skládce či ve spalovně jedno popelářské auto plné oblečení.

Rana Plaza – kolik životů stojí košile?

Datum 24. dubna 2013 se vepsalo černým písmem do dějin módního průmyslu. V tento den se zhroutila mnohopatrová budova Rana Plaza. V jejích troskách za-

hynulo 1 132 lidí, převážně švadlen, a více než dva a půl tisíce dalších bylo zraněno. Před i po této tragické nehodě utrpěly stovky pracovníků manufaktur v desítkách případů vážná zranění či přišly o život. Ti, kteří nepatří k obětem těchto tragédií, zatím měli štěstí v neštěstí: pracují často vystaveni nelidským podmínkám ve vysokých teplotách a mizivém světle *sweathopů**, bez právních záruk, vystaveni sexuální či jiné formě násilí, mnozí z nich ještě jako děti.

Blýská se na lepší časy oděvního průmyslu? Pomalá móda, výměna oblečení

Kupujeme čím dál více oblečení, které nosíme čím dál kratší čas. Průměrné množství koupeného nového oblečení se mezi roky 2000 a 2011 zdvojnásobilo. Průměrná životnost oděvu se za posledních patnáct let zkrátila o 36 procent. Každý rok se vlivem nedostatečné recyklace a likvidace stále kvalitních produktů, ztratí hodnota ve výši 11,5 bilionu korun. Síla spotřebitele je obrovská. A svět módy to v(d)í.

Konzultační agentura *McKinsey & Company* a trendy určující módní server *Business of Fashion* každý rok vydávají zprávu „Stav módy“ – největší a nejautoritativnější přehled celého oděvního odvětví, postavený na průzkumu tří set vrcholových manažerů největších oděvních firem a rozhovorech s myšlenkovými průkopníky a tahouny oboru. Podle „Stavu módy 2019“ bude letošní rok rokem probuzení oděv-

ního průmyslu. Určovat ho bude celkem deset trendů, které zásadním způsobem ovlivní současnou podobu i budoucnost.

Podle zprávy přecházejí firmy na jiný typ obchodního modelu související se změnou spotřebitelského chování, ústupem od vlastnictví ke sdílení ekonomice a příklonem k malým, nezavedeným značkám. Zejména mladší generace požaduje udržitelnost výroby, důstojné pracovní podmínky pracovníků a s nimi související transparentnost. Šíření těchto trendů může napomoci dalšímu: rostoucí digitalizaci výroby i prodeje, sem patří boom e-shopů postavených na inovacích a sázce na přidanou hodnotu. Spotřebitelé si také žádají čím dál rychlejší dodávku zboží (just-in-time). To ve výsledku zamezí ekonomicky i ekologicky škodlivé produkci nikdy neprodaných skladových zásob. Digitalizace totiž převrátí naruby dosavadní způsoby designu a výroby oděvů tak, aby odpovídaly momentální poptávce zvolené zákazníky přímo online či na základě analýzy velkých dat.

Ale toto je jenom začátek. Oděvní průmysl nejenom může, ale také musí – máme-li zachovat planetu v obyvatelném stavu a uzavřít kruh nákupu, výroby a spotřeby – nastolit ještě hlubší cestu změny a objevit ekonomický, ekologický i sociální přínos cirkulární ekonomiky. Jaké možnosti se v tomto ohledu nabízejí a jaké příklady už fungují v praxi se dozvíte na následujících stránkách.

František Marčík

Pokud není uvedeno jinak, jsou data čerpaná z publikací Nadace MacArthur Foundation, která se zaměřuje na cirkulární ekonomiku v módním odvětví.

Jak uzavřít kruh: Od lineární k cirkulární ekonomice



Naše doba je charakteristická výrobou rychloobrátkového, jednorázového zboží, které, až přestane sloužit, končí v popelnici a poté na skládce. Takový způsob „vytěž – vyrob – vyhod“ není dlouhodobě udržitelný. Roste problém s velkým množstvím odpadu. Rok od roku přibývá emisí skleníkových plynů, které na dlouhé období nevratně mění zemské klima. Tenčí se zásoby klíčových surovin a pokud se nic nezmění, v roce 2050 budeme potřebovat tři planety Země k uspokojení světové poptávky po surovinách. Nutnost změny hospodaření s dostupnými zdroji se tak jeví jako nevyhnutelná.

Cirkulární ekonomika nastavuje systém udržitelného nakládání s materiály, vodou a energií ve všech oblastech lidského působení tak, aby všechny zdroje kolovaly v oběhu v co nejvyšší kvalitě po co nejdelší čas. V praxi to často znamená vrátit se k seliskému uvažování a k úctě k dostupným přírodním zdrojům. Odpady z jedné činnosti se stávají zdrojem pro činnost další s cílem minimalizovat objem materiálů – zdrojů, které hospodářský oběh opouštějí.

Oběhové postupy a principy díky využití nízkouhlíkových technologií a moderních konceptů ekonomiky (sdílení, zpětné využití surovin a materiálů apod.) mohou

zásadní měrou přispět k řešení problematiky změn klimatu a snížit spotřebu surovin, vody a energie.

Cirkulární ekonomika zároveň umožňuje vytvářet nová pracovní místa v inovativních odvětvích, generovat zisk v dlouhodobém měřítku a prosperovat bez závislosti na primárních surovinách. Jejím největším potenciálem totiž je stát se fungující bází byznys modelů budoucnosti. Principy, na kterých cirkulární ekonomika stojí, se totiž dlouhodobě ukazují jako rentabilní a zároveň propojují dlouhodobou ekonomickou i ekologickou udržitelnost.

Toho si jsou dobře vědomi lídři světové ekonomiky. Podle článku z časopisu *Nature* Čína, Japonsko a Jižní Korea již více než deset let investují každoročně miliony dolarů do vzniku národních politik a legislativy na podporu cirkulární ekonomiky. Čínské cirkulárně ekonomické průmyslové zóny díky recyklaci plastů v roce 2016 předešly vzniku čtrnácti milionů tun skleníkových plynů. To odpovídá situaci, jako kdyby ze silnic zmizely tři miliony aut. Pokud se Číně podaří dodržet svůj cirkulárně ekonomický akční plán, čínské firmy a domácnosti díky tomu jenom v roce 2030 ušetří přes 100 bilionů korun, přibližně patnáct procent očekávané výše čínského HDP.

Pro Evropu jedna z klíčových priorit

Podle odhadů studie McKinsey by Evropa díky cirkulární ekonomice mohla vytvořit dva miliony nových pracovních míst a od roku 2030 ušetřit čtyřicet pět bilionů korun ročně – přibližně třicetkrát tolik, kolik jsou roční výdaje českého státu. Evropská komise přijala v roce 2015 balíček o cirkulární ekonomice včetně akčního plánu a zařadila cirkulární ekonomiku mezi prioritní oblasti EU. Vedle zpřísňování legislativních požadavků a tlaku na přechod k cirkulární ekonomice nabídne Evropská komise i velmi zajímavé finanční prostředky pro výzkumné projekty či ekoinovační technologie. Podle Evropské komise znamená přechod od lineární k cirkulární ekonomice posílení konkurenceschopnosti Evropy, snížení závislosti na dovozu primárních surovin a vytvoření nových pracovních míst. Nedávno Evropská komise představila dokument „Čistá planeta pro všechny 2050“, svoji vizi bezuhlíkové ekonomiky EU založené na digitalizaci, cirkulární ekonomice, bioekonomice, čistých zdrojích, energetických úsporách a technologiích na zachycování a ukládání uhlíku.

České firmy a úspěšné příklady cirkulární ekonomiky v praxi

Oproti evropským lídrům v cirkulární ekonomice Nizozemsku, Švédsku či Finsku zatím zaostáváme. Ale i u nás se mění věci k lepšímu a tato publikace je toho důkazem. Do jednoho roku by také Česko mohlo mít svůj vlastní plán Cirkulární Česko 2040. Na trhu se se svými cirkulárními řešeními prosadily první české fir-

my, jež mohou směle konkurovat světu. Na volání po změně módního průmyslu reaguje řada úspěšných českých projektů a firem. Na následujících stránkách se můžete blíže seznámit s tím, které to jsou, s čím uspěly, jak mění svět, s čím se potýkají a jak vidí svět módy a oblékání do budoucna.

František Marčík, Soňa Jonášová



Cirkulární ekonomika ve světě módy

– Cesta k udržitelnější či udržitelné módě

Jakou roli může cirkulární ekonomika sehrát v byznysu? Jak může proměnit svět módy, který si čím dál intenzivněji uvědomuje nutnost změny? Kde všude mohou nové, odpovědné a ekologicky šetrné přístupy přinést kýžené změny?

Jak ukazuje zpráva *Stav módy v roce 2019*, většina manažerů největších světových oděvních firem si uvědomuje, že se časy mění a měnit budou. Kdo v nově vznikajícím paradigmatu spletitého ekosystému módního průmyslu uspěje, se dost možná rozhoduje už dnes. Co přesně ale udržitelná či cirkulární móda znamená?

Můžeme si pod ní představit paletu různých přístupů a vlastností. Pro některé aktéry je důležitý ekologicky šetrný a eticky uvědomělý způsob výroby, zatímco jiní volí například cestu uvědomělé spotřeby či prodlužování životnosti existujících výrobků. Podrobnější přehled sedmi hlavních podob udržitelné módy najdete v grafice *Green Strategy* na straně XY a jednotlivě pak v příkladech zejména českých firem a projektů, které je ztělesňují.

Hlavní změny se zatím dějí ve světě. V roce 2017 vznikla na Kodaňském módním summitu iniciativa za cirkulární vlákna *Circular Fibres Initiative*, která se později přerodila v iniciativu *Make Fashion Circular*

– Za cirkulární módu. Ta pod vedením Nadace Ellen MacArthur propojuje lídry módního odvětví – například C&A, H&M či NIKE – s dalšími klíčovými aktéry – inovátory, neziskovkami, městy, mecenáši či konzultační firmou McKinsey & Company. S jasným cílem strhnout vlnou spolupráce, inovací a nových cirkulárních byznys modelů celý oděvní průmysl k přechodu na ekonomiku 21. století. Neméně významná je kampaň #FashionRevolution, o níž se více dozvíte na následujících stranách.

New York na cestě změny

Každý rok skončí na newyorských skládkách devadesát tisíc tun oblečení o objemu čtyř set čtyřiceti soch Svobody. Město New York přišlo s inovativním způsobem, jak tento objem o desítky pomyslných soch snížit. Během tři měsíce trvající akce může každý po celém New Yorku ve více než tisíci obchodech s oděvními výrobky dohledatelných v online mapě odevzdat staré kusy oblečení a o svém kroku dát vědět na sociální sítích pod hashtagem #WearNext. Oblečení je v rámci iniciativy možno také vyměňovat, prodávat či si ho nechat opravit. Tuto akci podporují velké oděvní značky, jako jsou Banana Republic či Zara.

Cirkulární móda „Made in Sweden“

Hlavním průkopníkem kýžených změn ve světě módy jsou zejména švédské oděvní firmy. Firma H&M čerstvě získala nejvyšší možné ocenění ve čtyřech kategoriích Dow Jones Indexu udržitelnosti. H&M úzce spolupracuje s německou firmou I:CO na sběru a zpracování textilu v rámci iniciativy Garment Collection, která funguje na celoroční bázi podobně jako iniciativa #WearNext. Více o tom, co dělá v oblasti udržitelné módy, se dozvíte na následujících stranách a zejména v pokračování této brožury, které vyjde na podzim 2019.

Známy švédský výrobce bot Vagabond používá stále větší objem biobavlny GOTS, opálené kůže bez přísad chromu či recyklovaného polyesteru, stejně jako lepidlo šetrné k životnímu prostředí. Firma zároveň dbá o efektivní nakládání s vodou a energiemi a omezuje podíl letecké dopravy. Zavázala se dodávat výrobky s dlouhou životností včetně podpůrných služeb na prodloužení jejich životnosti či recyklaci už neopravitelných bot. Zároveň technologicky inovativním procesem vyrobila tenisku z udržitelného materiálu na bázi dřeva. Neméně důležité je pro Vagabond zlepšovat podmínky pracovníků výroby či vzdělávat všechny zaměstnance o souvislostech a důležitosti udržitelnosti a cirkulární ekonomiky. Další švédský výrobce bot Kavat sází na udržitelné materiály, využívá ekologicky šetrné výrobní procesy s omezeným množstvím chemikálií a zároveň nabízí opravárenské služby pro starší modely obuvi.

Ve švédském online seconhandu Sellpy si objednáte tašku, kterou naplníte oblečením, Sellpy ji odveze, nafotí obsah a nabídne na svém webu. Když vaše kusy najdou své zákazníky, firma vám zašle čtyřicet procent z prodejní ceny. V Česku běží podobná inici-

ativa pod názvem Remix. ShareWear collection je průkopnická půjčovna oblečení zdarma, podmínkou je, že za týden ho musíte poslat zase do oběhu. První kolekci ShareWear vytvořili nejlepší švédští módní návrháři a módní značky Filippa K, Hope, House of Dagmar, NIKOLAJ d'ETOILES, Weekday či Whyred. Cílem kolekce je upozornit na problematiku *fast fashion** a nabídnout jiná řešení.

Projekt Re: newcell sbírá ve Švédsku textil, z něhož získává sekundární materiál na výrobu oblečení nového. Používá k tomu jedinečnou recyklační technologii, která rozpouští použitou bavlnu a další přírodní vlákna do nové, biologicky rozložitelné suroviny, takzvané re:newcell buničiny.

Také v Česku se ale dějí pozoruhodné změny. Do popředí se dostávají staronové materiály: konopí a len, ale i zbrusu nové, například veganská useň. Zároveň se u nás objevují nové projekty a firmy, které navazují na tradici „zlatých českých ručiček“ a dlouhé historie řemeslné výroby. Příběh teprve náctiletého výrobce obuvi Vasky ze Lhoty u Zlína je krásnou ukázkou toho, jak mladá generace navázala na batovskou tradici svých rodičů a prarodičů, dodala jim šikovný design, marketing a se silným příběhem prorazila doma i ve světě. Ze Zlína pochází i boty KAVE, které jsou vyráběné na původních strojích ze zbytkových materiálů z výroby obuvi. Řemeslo i tradiční výrobu u nás najdeme v řadě značek od vysoce luxusních výrobců například ševce Zachariáše, na rodinnou krejčovskou tradici navazující rožnovský výrobce elegantních pánských košil Janek, kvalitních, odolných batohů Playbag či upcyklovaných tašek ZasPas, až po valaškoklobouckého výrobce zdravotní obuvi Orto Plus. Asi nejrozšířenější jsou u nás sběrné a upcyklační projekty: Potex, Diakonie Broumov, Eco Textile či Textile Mountain, KOSHless či La femme MiMi. Více se o většině z nich dozvíte na následujících stránkách.

Úspěšné příklady cirkulární módy v praxi: Švédsko feat. Česko

Udržitelná, cirkulární móda může nabývat mnoha podob. Oděv v optimálním případě během své životnosti získá všech sedm podob udržitelné módy.



Sedm podob udržitelné módy

1. Podle poptávky a na objednávku – na zakázku, šité na míru, DIY, krejčovství
2. Zeleně a čistě – ekologicky šetrná produkce během všech fází životního cyklu
3. Vysoká kvalita a nadčasový design
4. Férově a eticky – tradiční a řemeslná výroba, práva zvířat
5. Opravy, vysprávký, změna designu, **upcyklac***
6. Pronájmy, půjčovny, **SWAPy***
7. Secondhand, **vintage** a retro

Zdroj: Green Strategy

V ideálním případě by udržitelný kus oděvu zahrnoval všechny aspekty představeného kruhu. Každý oděv by měl být nejprve vyroben na zakázku či na míru pro konkrétního zákazníka ①, ve vysoké kvalitě s nadčasovým designem ②, ekologicky šetrným způsobem ③ a s respektem k dalším různým etickým aspektům ④. Poté by se měl nosit co nejdéle a udržovat v co nejlepším stavu, opravit a případně upravit ⑤. Když už majitel o daný kus oděvu ztratí zájem, měl by ho odnést do secondhandu, darovat charitě či přátelům nebo ho vyměnit na SWAPu* ⑥ a ⑦. Když je oděv už úplně obnošený, měl by se vrátit do sběrného místa k recyklaci textilního materiálu, díky čemuž následně poslouží k výrobě nového oblečení či dalších textilních výrobků. V ideálním případě bychom měli na místo koupě nového oblečení zvažovat pronájem, půjčení, výměnu, či nákup oblečení v secondhandu či vintage a retro butikách ⑦.



Čtyři kroky, jak vytvořit novou textilní ekonomiku

1. Vyvarujeme se úniku **nebezpečných látek** a mikrovláken
2. Zvýšíme **využití** oblečení
3. Zásadní měrou zvýšíme **recyklaci**
(Kompostování a hnití bez přístupu vzduchu, další materiálové toky)
4. Použijeme obnovitelné vstupy a využijeme zdroje **efektivně**



Cirkulární nastavení firmy – jak to dělat jinak

FOREWEAR

– designové reklamní předměty z nechtěného oblečení

① ② ③ ④ ⑤

S FOREWEAR řešíme otázku přebytku nevyužitého textilu a oblečení. To sbíráme na firemních akcích a třídíme. Část oblečení pomůžeme lidem v nouzi, například prostřednictvím azylových domů nebo kontejnerů na textil. Část přidáváme do procesu recyklace. Z recyklované netkané textilie nám v chráněné dílně vyrábějí praktické, funkčně-designové výrobky: zápisníky, organizéry, obaly na knihy, pouzdra na mobily a tablety či tašky na dokumenty. Tyto výrobky, které mají potisk vymyšlený na míru dle firemních barev, využívají firmy jako obrandované dárky pro zaměstnance, partnery a klienty.

Firmy oceňují jak to, že naše výrobky jsou z něčeho, co by jinak mohlo být textilním odpadem, tak to, že v prvotní fázi do sběru oblečení zapojujeme jejich zaměst-

nance a že firemní sbírku oblečení osobně zahajujeme prezentací, kdy zaměstnancům vysvětlujeme, jaká je cesta nevyužitého oblečení a textilu. Firmám se líbí nejen celý příběh, ekologický rozměr a několikanásobná pomoc znevýhodněným lidem, ale také navržený design ve vlastních barvách.

Vysbíráno a znovu použito 30 tisíc kg vyřazených oděvů

- **Výrobky pro 45 společností**
- **4-5 švadlen a 3 prodavačky se zdravotním omezením v charitativních obchůdkách mají po celý rok práci**

„Projekt FOREWEAR řeší minimálně čtyři zapeklité problémy. Dává do oběhu nevyužitě oblečení, které spouště lidem leží bezúčelně ve skříni, a přetváří zbytkový textil v krásné a praktické recyklované výrobky, které jsou navíc ekologické a mají sociální přesah díky užití v chráněné dílně. A taky vám vyřeší věčné dilema, jaký smysluplný firemní dárek pro tento rok či událost zase vymyslet.“

Markéta Borecká

www.forewear.cz

Textile Mountain

– kupa nevyužitých textilií zdrojem

⑤

V současné době vzniká enormní množství textilního odpadu kvůli nadvýrobě. Využití najde jen zlomek vyrobených látek, zbytek skončí jako *dead stock** ve skladech, na skládkách a ve spalovnách, v nejlepším případě jako materiál pro výrobu netkané textilie.

Textile Mountain je první textilní galanterie, která se zaměřuje na prodej nevyužitých skladových zásob látek studií, jednotlivců i fi-

rem. Tím snižuje množství textilního odpadu a zároveň poptávku po nových textiliích.

Textile Mountain založila návrhářka Lenka Vacková, která během studií módy při praxi v továrně na recyklaci textilního odpadu zjistila, že se likvidují úplně nové materiály jen proto, že je nemá kdo využít.

„Pro udržitelnou módu je těžké konkurovat velkým řetězcům, proto je důležité, aby se všichni, co ji dělají, vzájemně podporovali a nevnímali se jako konkurence. Jedině tak můžeme něco změnit ve skutečně velkém měřítku: sdílením zkušeností, znalostí a nápomáháním si.“

Lenka Vacková

SBĚR a RECYKLACE textilu

DIAKONIE Broumov

⑦

Sociální družstvo Diakonie Broumov začalo jako první v republice s myšlenkou dalšího využití obnošeného šatstva pro potřebné občany. Hlavním impulsem byla myšlenka pomoci lidem v nouzi a snaha aktivovat obyvatele, aby nevyhazovali ještě použitelné oblečení do popelnic.

Diakonie Broumov byla založena za účelem obecně prospěšné činnosti a zisk z jejích aktivit je využíván pro podporu zejména sociální práce. Zajišťujeme především kompletní služby lidem bez domova, počínající ubytováním v našem objektu. Máme vytvořeny pracovní pozice pro zaměstnávání obtížně zaměstnatelných skupin obyvatelstva. Spolupracujeme se sociálními odbory městských úřadů celé ČR a na základě jejich žádostí připravujeme jednotlivcům i celým rodinám materiální pomoc formou poskytnutí oblečení či vybavení domácností.

- Od 1993 sbírky šatstva po celé ČR
- Od 2011 sběrné kontejnery po celé ČR
- 130 zaměstnanců
- 25 tun denně přetříděného, využitého či zpracovaného textilu ve vlastní třídírně a provozu na zpracování textilu
- Z materiálu, který by jinak skončil na skládkách, smysluplně využije cca 70 %

„Přestože z měst a obcí stále odvážíme velké množství textilu, který by jinak skončil v popelnicích, zůstává na našich bedrech likvidace odpadů z něj vzniklá. Na počátcích naší činnosti se jednalo cca o 5 %, nyní je podíl odpadu již 30 %. Měsíčně nás to stojí cca 80–100 tisíc korun. Všem odpadním firmám se za likvidaci platí, my jsme naopak „trestáni“ tím, že si likvidaci odpadu zaplatíme, přestože jsme převážnou část zrecyklovali a dali zpět do oběhu.“

Pavel Hendrichovský

www.diakoniebroumov.org

Moment Charity shop

– vskutku lokální sekáč

⑦

Na rozdíl od běžných „sekáčů“, které přeproductávají oblečení dovezené ze zahraničí – často neprodané v tamějších sekáčích – nebo oblečení z textilních kontejnerů, Moment prodává oblečení darované v místě svého působení. Tím snižuje uhlíkovou stopu, kterou za sebou pytle s nechtěným oblečením často mají a šetří práci těm,

kteří oblečení vybalují, třídí, balí a posílají z místa na místo. Neprodávají jen oblečení, ale taky knihy, doplňky, stolní hry, hračky, drobný nábytek i kuchyňské vybavení. Ve svých osmi dobročinných obchodech zaměstnávají lidi se zdravotním či sociálním znevýhodněním a zisk věnují pěti neziskovým organizacím. Spolupracují s různými swapy a blešáky, odkud si odvezou nechtěné oblečení.

Markéta Soukupová

www.moment-ops.cz

TextilEco

– jak na sběru textilu neprodělat

⑦

TextilEco a.s. je jednou z největších firem ve střední Evropě v oblasti svazu a třídění textilu, oděvu, hraček a obuvi, k jejichž sběru používá mimo jiné kontejnerů ve tvaru tučňáka. Jejich příběh začal v dubnu 2009, kdy navázali na stoletou tradici třídění textilu v Boskovickém kraji. Pravidelné výtěžky ze své činnosti firma cíleně daruje charitativním neziskovým organizacím, například UNICEF ČR.

- Denně zabrání, aby se až 70 tun oděvního textilu dostalo bez užitku na městské skládky
- Až 90 procent vysbíraného textilu je k dalšímu užitku
- Více než 40 řidičů na svoz a servis a 200 lidí na třídění a znovu využití obsahu kontejneru

„Firmu jsme od začátku stavěli jako finančně soběstačnou bez dotací a jiných externích investic tedy jako uzavřený kruh sběru, třídění i následného upotřebení s návratností investic pro pokrytí nákladů. Jedině tak můžeme počítat s dlouhodobými cíli a rozvojem nádob na sběr i třídění.“

Anna Smolíčková

www.textil-eco.cz

I:Collectiv

Velké množství textilního odpadu může být znovu použito nebo zrecyklováno, ale pouze za podmínky, že se takový odpad aktivně shromažďuje. Pro vytvoření systému oběhového hospodářství v oblasti módy je zapotřebí globální infrastruktura a také podpora módních společností, která povede k informovanosti spotřebitelů.

Z ekologického hlediska je nejlepší oblečení a obuv znovu použít. Kousky, které lze ještě nosit, se proto vytřídí a získají nový život jako zboží z druhé ruky – přibližně 55–60 % vrácených oděvů s klesajícím trendem.

Posouzení životního cyklu ukázalo, že recyklovaná bavlněná vlákna jsou z hlediska dopadu na životní prostředí a spotřeby vody o 70–80 % šetrnější než nová přírodní vlákna. Systém I:CO poskytuje jak „otevřenou“, tak „uzavřenou“ recyklaci.

„Otevřená recyklace“ znamená využití v jiných průmyslových odvětvích. Z některých oděvů se stanou čisticí hadříky a jiné jsou mechanicky recyklovány (rozřezány na vlákna) a vyrobí se z nich izolační materiál nebo zakryvací plachty pro malování. Během tohoto procesu se oddělují knoflíky a jiné tvrdé materiály, které pak nacházejí využití v kovozpracujícím průmyslu. Dokonce i prach, který vzniká při řezání, se může použít na výrobu plstěných dešek.

Malá část vybraných oděvů se zpracovává pomocí „uzavřené recyklace“. Vysoce kvalitní recyklace použitého oblečení, z něhož se získávají textilní vlákna. Společně s naším partnerem jsme zavedli individuální proces recyklace bavlny, která je následně spřádána a vyrábí se z ní nová džínovina. Díky použití existujících mechanických technologií pro

džínovinu vyrobenou z bavlny a propojení různých partnerů dodavatelského řetězce byla I:CO první společností, které kompletně zmapovala uzavřený dodavatelský řetězec.

SBĚR Spotřebitelé přinesou své použité oděvy a boty (jakékoliv značky, pouze musí být čisté a suché) do zapojených prodejen a obdrží odměnu, jako třeba slevu na další nákup. I:CO organizuje sběr v globálním měřítku díky své rozsáhlé logistické síti.

TŘÍDĚNÍ Všechny vybrané kusy jsou poté převezeny do třídících center, provozovaných našimi partnery pro třídění. Tady je každý kus oděvu ručně roztříděn a přidělen do kategorie, kde bude zajištěno jeho co nejlepší další využití.

Systém I:CO propaguje zavedení oběhového hospodářství v módním průmyslu pomocí sdružení široké škály zainteresovaných subjektů, s více než 40 módními společnostmi, a vytvoření infrastruktury pro cirkulární hodnotový řetězec.

Alex Buchloz

www.ico-spirit.com

UPCYKLACE

KOSHILless

– Originál má svou cenu

⑤ ⑦

V Koshiless se věnujeme zpracování textilu metodou upcycloace*. Zaměřujeme se na vyhozené košile. V textilních kontejnerech je jich obrovské množství a zájem o ně ze strany charit je minimální. Díky Lence Harcubové, zakladatelce společnosti Potex, která má po Praze rozmístěné kontejnery na sběr textilu, je pro nás celý proces shánění košil velmi zjednodušený. Použitelná je pro nás přibližně jedna pětina vybraných a naskladněných košil. Při naší tvorbě my-

slíme hlavně na design a držíme se jednotného stylu. Cena upcyklovaných kousků je mnohdy vyšší, než bychom si představovali. Je to způsobené hlavně tím, že máme od každého modelu jen jeden kus. Ani jeden z našich topů tak není stejný, což je velká výhoda pro naše zákaznice, za kterou jsou ochotné si připlatit.

Za značkou KOSHILless stojí Andrea a Terka, které zachraňují nechtěné košile vyhozené do kontejnerů na textil. Ty pak přešívají na šaty, blůzy, topy, „vylepšené“ košile nebo pánské trenky.

Andrea Šlechtová a Tereza Bourová

www.koshiless.cz

Lubica Skalská

– zákaznicky učím, jak upcyklovat

⑤ ⑦

Tvořím hlavně z džínoviny a košilí. Materiály hledám v second handech a každý design, který vyrobím je originál, stojí za ním vlastní příběh. Například jsem vytvořila šaty z košile, která skončila v second handu s nálepkou nepotřebné oblečení. Já jsem ji přešila, dala jí nový příběh a teď je opět v oběhu jako úplně nový kousek.

www.skalska.cz

La femme MiMi

– staronové oblečení na zakázku

① ③ ⑥

„Na naše oblečení si klienti musí našetřit, když už jej ale pořídí, nosí je klidně deset let. Když nakupují něco nového, nosí s sebou staré kousky a radí se s námi, jak je s těmi novými zkombinovat.“

„Přála bych lidem, aby mohli mít, nebo si dovolit, každou sezónu nechat ušít jednu až dvě věci na míru. Pak by pochopili, jaké to je, když nosíte něco, co vám perfektně sedí a vydrží

Je to poměrně složitý proces tvorby, který sériovou výrobu nezná. Mám stále zákaznice, které milují moje designy nejen kvůli tomu, že se jim líbí a dobře se nosí, ale i kvůli filozofii, kterou moje značka nese. Pořádám upcycloační workshopy, nabízím prostory k šití v otevřené dílně. Moje zákaznice se kurzem inspiřují a pak dělají vlastní tvorbu. Když se zákaznice naučí samy šít, možná si u mě už nic nekoupí. Asi by mi to mohlo vadit, ale já jsem naopak ráda. Mým cílem totiž je šířit myšlenku upcycloace dál.

léta. Pak to můžou zdědit i příbuzní, kteří to budou dál nosit a překvapovat okolí tím, co je to za styl a z jakého období pochází.“

Design La femme MiMi se soustředí na formu, barevné kombinace, eleganci a zároveň pohodlnost. Návrhářka MiMi Lan pečlivě vybírá nejlepší materiály, od vzniku značky šije bezzbytkově a vášnivě obnovuje staré a zapomenuté věci v nové. V jejím pražském ateliéru vzniká zakázková tvorba, dvě autorské kolekce ročně a jednou měsíčně zde probíhají upcycling workshopy, kde MiMi učí nejen jak si pomocí aplikací a výšivek oživit nenosené oblečení, ale i samotné ruční vyšívání.

Mimi Lan Nguyen

www.lafemmemimi.com



Udržitelné materiály

Materiály v roce 2050 podle knihovny materiálů MatériO

Důležitou roli budou hrát materiály na bázi řas, hub a mikroorganismů. Také různé zbytky z rostlinné výroby nebo recyklovaný odpad z oceánů. V této oblasti je obrovský potenciál, který je zatím jen postupně objevován a testován. V roce 2050 už budou tyto pro nás zatím trochu záhadné materiály naprosto běžnou součástí našeho oblečení, obuvi i doplňků.

Živočišná kůže, která je teď oblíbeným materiálem na výrobu kabelek a bot, bude muset být do roku 2050 do značné míry nahrazena. Dobytek totiž produkuje skleníkové plyny a v době, kdy bude na planetě až 10 miliard lidí, nebude možné chovat tolik hospodářských zvířat, abychom získávali dostatek kůže. Alternativou by se mohly stát právě houby, řasy a mikroorganismy. Jsou velmi nenáročné na pěstování a nejenže neprodukují skleníkové plyny, ale naopak mohou uhlík vstřebávat a produkovat kyslík. Kůži vyrobenou na bázi houbového mycelia byste téměř nerozeznali od té živočišné.

Bavlnu, která spotřebovává obrovské množství vody, by mohla nahradit vlákna vyrobená z biomasy. Ta vzniká jako odpad při pěstování zemědělských plodin. Dost možná se tedy budeme oblékat do materiálů, které dříve byly slupkami od banánů, kokosů nebo lněných semínek. Tyto materiály však nebudou znamenat kompromis v rámci vzhledu nebo funkčnosti, mohou totiž vypadat a fungovat stejně dobře nebo i lépe, než právě bavlna a další vlákna používaná nyní.

Běžné nejspíš bude také vyrábět **recyklovaná syntetická vlákna**, například z plastů vylovených z oceánů.

„Knihovna materiálů MatériO Prague se zaměřuje na výukovou činnost v oblasti inovativních materiálů, souvisejících technologií a slouží také jako platforma propojující kreativní obory s vědou, výzkumem a samotnými výrobci materiálů. Skrze odborné řešerše vytvořené na míru pak pomáhá svým klientům hledat nejvhodnější materiálová řešení a tím jim umožňuje být o krok napřed před konkurencí. Zabývá se také environmentálním dopadem materiálů a aplikací principů cirkulární ekonomiky.“

Eliška Knotková

www.materioprague.cz

Konopí

– udržitelnější než bavlna

②③④

Konopí je udržitelný materiál vhodný nejen pro výrobu textilu. Na rozdíl od bavlny spotřebovává o polovinu méně vody, není potřeba jej stříkat proti škůdcům a pleveľům, má dvakrát větší výnosy a dá se pěstovat i v našich podmínkách.

V Česku se jeho slávu v oděvním i obuvnickém průmyslu snaží obnovit Bohempia: česká firma, která se zaměřuje na výrobu bot, oděvů a dalších výrobků z technického konopí. Výrobky jsou vyrobeny v Čechách a Střední Evropě.

www.bohempia.com

Vize udržitelného oblékání



Oblečení trochu jinak

Rád bych se podíval na módu a oblékání jinak, než se na něj běžně a denně koukáme. Jinak, než funguje dnešní svět fast fashion*. Dnes se nemění trendy v cyklech ročních období, ale mění se jednou za 5–6 týdnů. Tento trend je založen na ob-

rovské nadkonzumaci a bezcílné spotřebě. Dnes se k tomu přidává takzvaná ultra fast fashion*, která je v extrémních případech schopná od návrhu na pult dostat daný kousek za týden – zatím jen v online obchodech. To, co si koupíte v pondělí, už další pondělí není nejnovější módní trend.

Víte, kolik Vás doopravdy stál kus oblečení?

Spousta lidí ráda nakupuje, někteří to ovšem už povýšili na volnočasovou aktivitu. O víkendu se sbalí a vyrazí na celý den bloumat po nákupních centrech. Vezměte si, že v obchodě narazíte na tričko, které stojí 199 Kč. Říkáte si, že je pěkné a za tu cenu? Jen blázen by ho nekoupil! Tak si ho odnášíte z obchodu a doma ho zařazujete k dalším třiceti ve vašem šatníku. Během roku si ho na sebe vezmete třikrát a po roce se vám přestane líbit, tak se ho zbavíte. Za jedno nošení jste tak dali 66 korun.

Oproti tomu si koupíte košili za 1 500 korun, během roku ji oblečete třicetkrát, cena za jedno nošení vás vyjde na padesát korun. A košile vás tím pádem stála ve výsledku levněji. Co z toho plyne? Pokud si kupujete oblečení, neporovnávejte jeho cenu s ostatními kusy, ale přepočítávejte ji na počet nošení daného kousku oblečení (cost per wear). Čiňte tak už v obchodě, ušetříte si místo ve skříni i vaše peníze.

Víte, kdo váš kus oblečení vyrobil?

Cena za jedno nošení, nebo kvalita oblečení by ovšem neměly být jedinými věcmi, podle kterých se rozhodujete při nákupu oblečení. Měli byste v potaz také brát to, kdo vyrobil tento kus oblečení. Zda švadlena v Česku v bezpečných pracovních podmínkách, která za to dostala řádně zaplacené, nebo člověk žijící pod hranicí chudoby s jedním dolarem za 8–12 hodinovou směnu, během nichž musel dýchat chemické výpary.

Garanci toho, že bylo oblečení vyrobené v odpovědných podmínkách a s přijatelným platem pro zaměstnance, dnes

poskytuje už značná řada obchodů. Většinou to jde i ruku v ruce s určitou ekologickou odpovědností za výrobu, která podléhá vnější kontrole. Často narazíte na toto označení i pod nálepkou „fair trade“, i když někdy není garantovaná přímo tímto certifikátem, naznačuje to, že se firma bude tyto hodnoty pokoušet dodržovat.

Zajímejte se u svých prodejců, kdo vyrábí vaše oblečení, a nenechte se napálit marketingovými triky, jako je například biobavlna. Ano, je bezpochyby pěkné, že se firma snaží používat bavlnu vypěstovanou bez pesticidů, ale jednak to často tyto firmy negarantují na celý svůj sortiment a neřeší to také ostatní problémy, které jsou s výrobou oblečení v dnešních dnech spojeny. Jsou jimi například práce s chemickými látkami a kontaminace přírody chemikáliemi z obarvování nebo vykořisťování zaměstnanců.

A co toho mít méně?

Když začnete kupovat věci, které nosíte často, rádi a hodí se vám ke spoustě dalších, tak jich můžete mít méně. Jedním z takových konceptů šatníku je tzv. capsule wardrobe. Český esenciální či základní šatník.

Takovýto šatník obsahuje vše potřebné, od ponožek, přes trička, až po společenské oblečení. Oproti normálnímu šatníku se ale liší v tom, že každý kus je kompatibilní s ostatními a má své praktické a běžné využití. Takže např. šestnáct kusů oblečení vám poskytne dostatek variability v oblékání na celý měsíc. Také na cestování je esenciální šatník vhodný, stačí vybrat pár vysoce funkčních a kvalitních kusů, které lehce sbalíte. Tento šatník se stává populárním také mezi úspěšnými lidmi, šetří totiž jejich čas, životní prostor i peníze.

Alvin Korčák

Minimalisticky.cz

Co přinesla Fashion Revolution

Motto:

*"Nové šaty vás nikam neposunou. Dál vás posune život, který v nich budete žít."
- Diana Vreeland -*

Jako koordinátorka kampaně za transparentní módní průmysl Fashion Revolution nebudu mít v roce 2050 co dělat. Expert na udržitelnost bude zasedat ve vedení každé oděvní značky, tato pozice bude vážená a nezbytná, udržitelnost bude uznávanou normou a bude vnímána jako vyšší hodnota než zisk. Veškerá rozhodnutí ve směřování firmy a jakýchkoliv kroků budou v duchu udržitelnosti: i pro založení nové firmy bude potřeba prokázat, že produkce neškodí planetě. Jakýkoliv pokus o greenwashing bude nelegální. Lidé budou za svou práci odměňováni spravedlivou mzdou a nikdo nebude pracovat ve zdraví škodlivém prostředí.

Filozofie *Cradle to Cradle** se ve světě výroby znormalizuje a na trhu zaujmou přední místa kompostovatelné materiály. Zuzana Gombošová bude díky svému převrácnému materiálu Malai, "veganské kůži" z kvašené kokosové vody a banánových, konopných a sisálových vláken, jedna z nejbohatších lidí světa, stejně jako několik jejich soupeřů, kteří kolem roku 2019 bádali nad novým použitím odpadu jako materiálu. Velkochovy hovězího dobytka budou po celém světě postaveny mimo zákon a hovězí useň bude známá pouze jako retro materiál na vintage produktech. Velký návrat zažije pěstování tradičních plodin, len a konopí převládají ještě v roce 2019 tak oblíbenou konvenční bavlnu.

Výroba textilu nevyprodukuje zbytečný odpad. Zasloužené postavení v oblasti módního designu budou mít počítačem řízené stroje, které utkají textil do tvaru přesně podle střihu.

Hlavním cílem Fashion Revolution je zvýšit ve společnosti povědomí o tom, jak funguje módní průmysl a jaké negativní dopady jeho fungování přináší. Kampaň vznikla v Londýně, v přímé reakci na pád bangladéšské oděvní továrny Rana Plaza, 24. dubna 2013. V jejích troskách zahynulo 1 130 lidí a více než 2 500 dalších bylo zraněno. V troskách se našly štítky značek, které samotné nevěděly, že se jejich oblečení šilo na tomto místě. Kampaň probíhá také na sociálních sítích, kde se lidé fotí s oblečením naruby a ptají se značek, kdo ušil jejich oblečení. Tomuto online happeningu, který probíhá každoročně k výročí pádu Rana Plaza během celosvětového Fashion Revolution Weeku, jsou příznačné fotky v oblečení naruby, jež spotřebitelé sdílejí na svých sociálních sítích s hashtagem #whomademyclothes. Tím kampaň komunikuje požadavek o maximální možné transparentnost dodavatelského řetězce oděvních značek. Zuzana Ryšavá je národním koordinátorem pro Českou republiku.

Zuzana Ryšavá

www.fashionrevolution.org/europe/czech-republic



Kamila Boudová za SLOU DAYS

Motto

*Není třeba měnit svět,
stačí změnit vlastní šatník.*

"Aktuální podíl udržitelné módy jsou dvě procenta. Vzhledem k novým technologiím recyklování mixu bavlna-polyester a dalším investicím v této oblasti i krásné celosvětové panice kolem klimatu a kvality půdy si optimisticky troufám tipnout, že v roce 2050 to bude osmnáct procent."

"Myslím, že fast fashion se bude zrychlovat, ale doufám, že ač bude vyrábět a otáčet kolekce rychle, bude to dělat v rámci cirkulární ekonomiky. Bude navrhovat recyklovatelné oblečení a díky technologiím ho bude recyklovat a dělat z něj nové látky a oděvy blízko k trhům. Je to jen sen. Nevěřím, že se splní. Výroba se aktuálně z Číny přesouvá přes Kambodžu a Bangladéš do Etiopie. Tunis, Maroko, Turecko i Rumunsko se stále produkcí věnují. Možná se rozšíří produkční kapacita třeba i v Polsku. A proč ne třeba i u nás?"*

Kamila Boudová patří k předním českým odbornicím na módní obchod a udržitelnou módu s profesionálními zkušenostmi napříč textilním a oděvním průmyslem v Německu, Londýně a Paříži. V současné době žije a působí především v Paříži, kde vyučuje Product Development na vysoké škole módního obchodu MOD'SPE. V Česku momentálně koordinuje akci SLOU DAYS, která je zaměřená na pomalou módu. Je také šéfredaktorkou magazínu SLOU.

www.slou.cz



Udržitelná módní budoucnost podle H&M

Díky naší velikosti a našim odhodlaným kolegům, je H&M Group připravena vést změnu skrze lépe udržitelnou módní budoucnost. Nicméně, toto není úkol, který bychom zvládli úplně sami: spolupráce, nové pracovní cesty a cíle průmyslového odvětví jsou klíčem k urychlení potřebných změn a výsledků.

Náš závazek k Global Compact OSN a naše dlouhodobá práce s investory zahrnující místní i světové experty a nestátní neziskové organizace je právě příkladem toho, jak usilovně pracujeme na tom, abychom dosáhli pozitivní změny skrze tuto sdílenou odpovědnost. Za poslední roky jsme zaznamenali v oblasti udržitelnosti mnoho úspěchů a pokroků v rámci celé H&M Group. Před námi stále ještě jsou určité výzvy, ale jsem opravdu pyšný na to, co jsme prozatím dokázali, a na pozitivní dopad, který naše práce měla.

Věříme, že udržitelná móda a design by měly být dostupné všem, ne pouze vybraným jedincům. Od doby, co můj otec před sedmdesáti lety založil tuto společnost, máme jasnou a dlouhodobou perspektivu. Pro zajištění budoucího podnikání je pro nás podstatné a přirozené se proaktivně zabývat udržitelností. Je naším úkolem pokračovat v dostupné módě a designu tím, že budeme uplatňovat cirkulární ekonomiku a zároveň zůstaneme férovou a rovnoprávnou společností.

Máme vysoké ambice a vysoká očekávání, a to proto, že velké změny si to vyžadují. Konkrétní řešení pro určité výzvy, s nimiž se průmysl potýká, zatím

jednoduše neexistují, a my potřebujeme silné ambice a vize, které nám tato řešení pomohou nalézt. A jsou to právě naše ambice, které nám zajišťují dlouhodobou perspektivu, směr a motivaci, kterou potřebujeme, abychom mohli řídit pozitivní změnu skrze textilní průmyslové odvětví.

Carl Johan Persson, CEO H&M

3 KLÍČOVÉ AMBICE H&M

100% ŘÍZENÍ ZMĚNY

- podpora a rozšiřování inovací
- řízení transparentnosti
- odměny za kroky vedoucí k udržitelnosti

100% OBNOVITELNOST A CIRKULACE

- cirkulární přístup k výrobě a používání produktů
- použití pouze recyklovaných materiálů či materiálů z jinak udržitelného zdroje
- klimaticky pozitivní hodnotový řetězec

100% FÉROVOST & ROVNOST

- férová práce pro všechny bez rozdílu
- management firmy respektuje různorodost a inkluzivitu

CIRKULÁRNÍ EKONOMIKA je systém, ve kterém se snažíme, aby všechny zdroje kolovaly v oběhu v co nejvyšší kvalitě po co nejdelší dobu.

100%
ŘÍZENÍ ZMĚNY

100%
OBNOVITELNOST
A CIRKULACE

100%
FÉROVOST
& ROVNOST

Vize a strategie společnosti H&M

V H&M Group věříme, že by udržitelnost měla být zásadní v budování strategií značky. Naši vizí je řídit změnu skrze cirkulární strategii a obnovitelný módní průmyslový obchod. S využitím naší velikosti a rozsahu pracujeme na katalyzování těchto systémových změn napříč našimi vlastními provozy i širším odvětvím, abychom zajistili, že budeme moci i nadále vytvářet skvělou módu a design udržitelným způsobem po mnoho dalších generací.

Tato vize provází každou značku, která je součástí H&M Group. Všichni sdílíme stejné hodnoty, stejnou víru ve férové jednání, rozdílnost a rovnost, a i tu stejnou ambici, která vede ke změně skrze udržitelnou módu a design.

Zatímco máme dlouhou a dobře zakotvenou historii, co se udržitelnosti týče, narůstající populace a úroveň přírodních zdrojů nám jasně naznačuje, že je pro naši práci nutný odlišný přístup. To byl důvod pro vytvoření poslední vize a strategie H&M.

H&M je jedna z největších světových značek, které se přihlásily k přechodu na cirkulární ekonomiku do roku 2030, dokonalému využívání materiálů po co nejdelší dobu v oběhu. Zatím se o tom moc neví. Na našich prodejnách je již nyní možné odevzdat nepotřebný textil. Zrušili jsme plastové nákupní tašky. Mezi naše další projekty patří i recyklace textilu a využití recyklovaných vláken pro vývoj nových materiálů.

Moc dobře víme, že dosažení naší vize nebude snadné, ale H&M Group se vždy snaží přijímat výzvy. Tím, že budeme pokračovat

v práci a v získávání zkušeností od investorů a odborníků, kteří pomáhají při utváření a nasměrování naší práce v oblasti udržitelnosti, si vytváříme stále silnější postavení, a tudíž věříme, že máme pozitivní účinek.

Navíc během naší práce využíváme i vědecky založený přístup, a tak si můžeme nastavit ty nejlepší cíle a postupy, kterými budeme řídit pozitivní změny.

Jedním z expertů, se kterým jsme nedávno začali naši lokální spolupráci v rámci České republiky, je Institut Cirkulární Ekonomiky, který se zaměřuje na inovativní environmentální management. Dnes je naším poradcem v oblasti udržitelnosti a cirkulární ekonomiky a naším cílem je společně podporovat šíření informací a vzdělávat veřejnost v této oblasti.



Slavomíra Barnová
Communication Manager H&M ČR

Výsledky 2018 a cíle

Naše čistší výrobní programy snížily spotřebu vody o 7,82 milionu m³.

Snížili jsme emise z vlastních provozů o dalších 11 %. To nás posunulo o další krok k dosažení klimaticky pozitivního hodnotového řetězce do roku 2040.

Prostřednictvím naší iniciativy pro sběr oděvů GARMENT COLLECTING jsme loni shromáždili 21 tun textilií pro opětovné použití a recyklaci, co je o 16 % více než loni.

DO ROKU 2030 BUDEME POUŽÍVAT 100 % MATERIÁLŮ Z RECYKLOVANÝCH NEBO JINAK UDRŽITELNÝCH ZDROJŮ.

Inovace je klíčem k dosažení plné cirkularity. Proto podporujeme průkopnické společnosti jako *re:newcell*, *Worn Again* a *Treetotextile*.

K dnešnímu dni je 95 % bavlny, kterou používáme, z udržitelných zdrojů. Naším cílem je do roku 2020 používat 100 % této bavlny.

Stanovili jsme si novou chemickou vizi a plán, abychom vedli změnu směrem k módní budoucnosti bez toxických látek.



INCIEN o spolupráci s H&M

Ve spolupráci se zastoupením H&M v Česku i ve světě jsme si dali za cíl představit módní průmysl české veřejnosti bez obalu. Je jednoduché hanit nadnárodní firmy od výrobců nábytku po módní firmy a označovat je za špatné, pokud ve stejnou chvíli chodíme do obchodu stále častěji. Přetékají nám šatníky, máme deset druhů ložního prádla a jen málokdy si uvědomujeme, že jen jako zákazníci máme největší hlasovací lístek u sebe – ve své peněženke. Kromě diskuzí a publikací informací o aktuálním stavu módního průmyslu máme ale mnohem vyšší cíl – společně s H&M vykročit směrem k transformaci celé firmy směrem k cirkulární ekonomice. Čeká nás trnitá cesta, která začíná od volby materiálů, nových byznys modelů, dokonalé osvěty zákazníků a jde přes vzdělávání o péči o textil, který máme v domácnostech, až po hledání cest pro navrácení textilu zpět do života v době, kdy nám, spotřebitelům, doslouží. Cirkulární ekonomika je skutečně funkční jen ve chvíli, kdy je cyklus uzavřen. A to je ultimátní cíl, k němuž máme ambice směřovat společně.

V publikaci Cirkulární textil jsme použili fotografie exkluzivní kolekce Conscious od firmy H&M. Kolekce představila nové materiály vyrobené z odpadních částí sicilských pomerančů v podobě materiálu Orange fiber či Piñatex, nové přírodní alternativy kůže vyrobené z ananasu. Věříme, že nové materiály nahrazující plastová vlákna jsou správným krokem kupředu.

Publikace je navíc vytištěna na recyklovaném papíře CYCLUS OFFSET vyro-

beného bez použití optických zjasňovačů a samozřejmě s obsahem 100% recyklovaných vláken.

Na publikaci naváže na konci roku 2019 druhé vydání, které bude obsahovat taková témata, o které si vy sami, zájemci o cirkulární ekonomiku a textil řeknete.

Na rok 2019 chystáme společnou sérii přednášek a diskuzí o cirkulární ekonomice a textilu. Pokud by Vás téma zaujalo a rádi byste přednášku měli i na Vaší akci, tak se na náš tým můžete kdykoliv obrátit. Zároveň můžete na portálu www.zajimej.se najít i další tematické články a to od nejpovolanějších osob v českém udržitelném módním sektoru, mezi které patří i Kamila Vodochodská. Její vize může být nadějí pro všechny, kteří v udržitelnou a cirkulární módu věří a denně pracují na naplnění těchto slov reálnými činy.



Soňa Jonášová, INCIEN

Slovník pojmů

cradle to cradle (C2C) design – je způsob navrhování a produkce výrobků od kolébky ke kolébce. Podle C2C by měl design umožňovat krátkodobé užití, pohodlí i estetický požitek s vědomím, že materiály přetrvávají i po dosloužení výrobku, kdy se znovu stávají surovinami a cirkulují v nekonečném výrobním cyklu, který eliminuje vznik odpadu. Takový přístup k designu je jedním ze základních principů cirkulární ekonomiky.

dead stock – je doslova mrtvý kus na skladě čili neprodaný kus oděvu s malou vyhlídkou na to, že se prodá, protože už mezitím vyšel z módy.

downcyklace – či také *recyklace textilu*, je opětovné využití textilu, které ovšem na rozdíl od *upcyklace* snižuje kvalitu a hodnotu původního produktu a mrhá tak jeho potenciálem. Je to hlavně tím, že oblečení se skládá z různých materiálů, proto je nejjednodušší způsob jej rozcupovat a z kousků vytvořit například netkanou textilii, zátěžový koberec či textilní výplň do sedaček aut.

fast fashion – doslova rychlá móda, je období rychlého, nekvalitního fastfoodového stravování. Fast fashion se začala šířit v 90. letech, kdy většina velkých značek ve snaze o co nejvyšší ekonomický zisk zavedla v chudých a ekonomicky se rozvíjejících zemích velkovýroby založené na přístupu co nejrychlejší a co nejlevnější výroby oblečení, produkující trendové oblečení za nejnižší náklady bez ohledu na sociální a environmentální dopady. Většina zaměstnanců pracuje za méně než minimální mzdu a není výjimkou, že jsou v továrnách zaměstnávány děti. Během katastrofy v bangladéšském sweatshopu Rana Plaza zahynulo 1 132 lidí a více než dva a půl tisíce bylo zraněno.


slow fashion – je doslova pomalá móda, protipól fast fashion. Navazuje na hnutí slow food, které vzniklo v reakci na fastfoodovou stravovací kulturu. Pomalá móda na rozdíl od fast fashion klade důraz na hodnotu, kvalitu, řemeslnou dovednost, odpovědnost, udržitelnost produkce a respekt k lidským právům v rámci celého procesu výroby od materiálů, výrobu, dopravu, prodej i využití po konci životnosti. Pojí se s fenomény SWAPů či upcyklace. Blízký je jí minimalismus, nadčasovost a jednoduchost. Lze ji vystihnout třemi imperativy: méně je více, kvalita nad kvantitou, a nakupuj lokálně.

slow life style – je životní styl v duchu zásad a principů *slow fashion*.

SWAP – či *clothing swap* je výměna oblečení, módních doplňků, bižuterií na kamarádské, sousedské úrovni či v rámci bazarů či bleších trhů.

sweatshop – či také *sweat factory* doslova „fabrika na pot“, továrna či manufaktura, zejména v textilním a oděvním a obuvnickém průmyslu, jejíž zaměstnanci, nezřídka děti, pracují v dlouhých časových směnách za velmi nízkou mzdu a za nedůstojných, zdraví i život ohrožujících podmínek. Sweatshopy se vyskytují v řadě zemí východní Asie, Afriky a jižní Ameriky, například Bangladéši, Číně, Indonésii, Kambodži, Indii a na Srí Lance.

upcyklace – je přístup k módě, který využívá staré, opotřebované či jinak poškozené a znehodnocené textilní materiály a oděvy, které by za normálních okolností byly považovány za odpad, a využívá je k tvorbě nových, hodnotnějších a často i typově odlišných kusů oděvu (například přešívání pánských košil na dámské šaty) či módních doplňků. Může se jednat o tradiční vysprávky, opravy či rozebrání a znovuvyužití části či celého materiálu (například přize).



Studie by nikdy nevznikla bez spolupráce mnoha báječných lidí a inspirativních firem. Poděkování zasluží především S. Jonášová a kolegové z INCIEN a S. Barnová ze společnosti H&M za spolupráci na myšlence vzniku tohoto materiálu a dodání některých podkladů a švédské velvyslankyni v Česku Viktorii Li.

Dále děkujeme všem, kteří se s námi podělili o svoje vize, zkušenosti a úspěchy při snaze se zavádět cirkulární ekonomiku do světa módy. Jmenovitě M. Borecké z Forewear, K. Boudové ze SLOU, P. Hendrichovskému z Diakonie Broumov, E. Knotkové z MatériO, T. Rohalovi z Bohempia, Z. Ryšavé z Fashion revolution Česko, A. Smolíčkové z Textil ECO, M. Soukupové z Moment charity shop, A. Šlechtové a T. Bourové z KOSHless, E. Urbanové z NILA, L. Vackové z Textile Mountain a O. Vráblíkové z ARTSPEAK. Dále blogerce V. Blabla Hubkové, blogerovi a minimalistovi A. Korčákovi, návrhářce Mimi Lan Nguyen, návrhářce L. Skalské a v neposlední řadě návrhářce a stylistce K. Vodochodské.

Poděkování patří také Circular Economy Amsterdam, Ellen McArthur Foundation, McKinsey & Company a Bussiness of Fashion za tvorbu důkladně zpracovaných materiálů.

Texty, které jsou v publikaci použity v redakčně upravené podobě, v plném znění naleznete spolu s dalšími informacemi o pomalé módě a cirkulární ekonomice zde:

<https://incien.org/cirkularni-textil/>

CIRKULÁRNÍ MÓDA Cirkulární ekonomika jako cesta změny módního průmyslu.

© INCIEN, z. ú., H & M Hennes & Mauritz CZ, s.r.o. Vydáno v Praze v dubnu 2019.

Editovali: K. Jaremčuková, F. Marčík a H. Škrdlíková. Grafické zpracování: J. Hradcová. Přípravily společnost INCIEN, z. ú. (Hybernská 998/4 Nové město, Praha 1, 110 00) a H&M Hennes&Mauritz CZ, s.r.o. (Václavské náměstí 832/19, Nové Město, Praha 1, 110 00).