

Svijet kružne ekonomije, second hand koncepta i održive potrošnje u svijetu mode

Musa, Iva

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:082550>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-19**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij

IVA MUSA

**Svijet kružne ekonomije, *second hand* koncepta i održive
potrošnje u svijetu mode**

**The world of circular economy, second hand concept and
sustainable consumption in the fashion world**

Diplomski rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij
Održivi razvoj turizma

**Svijet kružne ekonomije, *second hand* koncepta i održive
potrošnje u svijetu mode**

**The world of circular economy, second hand concept and
sustainable consumption in the fashion world**

Diplomski rad

| | | | |
|----------|--|---------------|-----------------|
| Kolegij: | Ekonomika održivog razvoja | Student: | Iva Musa |
| Mentor: | izv. prof. dr. sc. Zvonimira Šverko Grdić | Matični broj: | 3662/21 |

Opatija, rujan 2023.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Iva Musa

(ime i prezime studenta)

3662/21

(matični broj studenta)

Svijet kružne ekonomije, *second hand* koncepta i održive potrošnje u svijetu mode

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 7. rujna 2023.

Iva Musa

Potpis studenta

Sažetak

Posljednjih godina, modna industrija je istraživala različita moderna rješenja za rješavanje izazova u pogledu utjecaja na okoliš, a neki od njih su usvajanje reciklirane tkanine, organskog pamuka i biorazgradivih materijala te implementacija kružne ekonomije u modi kao pristupa eliminacije otpada i smanjenja potrošnje resursa promicanjem ponovne upotrebe, popravka i recikliranja odjeće. Modni certifikati mogu pomoći pojedincima da se istaknu među konkurentima, pokažu stručnost i predanost u održivoj modnoj industriji. Međutim, dominacija sintetičkih materijala, točnije poliestera kao glavnog materijala u proizvodnji predstavlja prepreku jer se prilikom pranja takve odjeće otpušta mikroplastika koja završi u svjetskim vodama te ugrožava morski i ljudski život. Primjenom moderne tehnologije, u svijetu se pojavljuju filteri i vrećice koje „skupljaju“ mikroplastiku, dolazi se do novih sirovina za izradu odjeće kao što je lišće ananasa. Među mlađom populacijom sve se više popularizira *thrifting* i odlasci na buvljake kao primjeri jedinstvenog potrošačkog iskustva, socijalizacije, cjenovne prihvatljivosti i oblika održivosti.

Ključne riječi: kružna ekonomija; modni certifikati; mikroplastika; *thrifting*; buvljaci;

Sadržaj

| | |
|--|----|
| Uvod | 1 |
| 1. Kružna ekonomija | 3 |
| 1.1. VAŽNOSTI I KORISTI KRUŽNE EKONOMIJE | 4 |
| 1.2. POVIJEST KRUŽNE EKONOMIJE | 7 |
| 1.3. POSTOJEĆI NAČIN PROIZVODNJE – LINEARNA EKONOMIJA | 8 |
| 1.4. ZERO WASTE KONCEPT U MODI | 9 |
| 1.5. PRIMJENA KRUŽNE EKONOMIJE U HRVATSKOJ | 11 |
| 2. <i>Second hand</i> koncept u svijetu mode | 14 |
| 2.1. „BRZA“ MODA, „SPORA“ MODA I GREENWASHING | 15 |
| 2.1.1. <i>Thrifting, krpanje odjeće, kreativna ponovna upotreba i ponovno nošenje istog seta odjeće u SAD-u</i> | 16 |
| 2.1.2. <i>Zablude o “brzoj” modi i o second hand konceptu trgovine</i> | 19 |
| 2.2. RASTUĆA POPULARNOST BUVLJAKA U SVIJETU I SOCIOKULTURNI FAKTORI PRILIKOM KUPNJE | 20 |
| 2.3. KORIŠTENI MATERIJALI PRILIKOM IZRADE NOVIH ODJEVNIH PREDMETA | 21 |
| 2.3.1. <i>Poliester kao najčešće korišteno sintetičko vlakno</i> | 23 |
| 2.3.2. <i>Pamuk – (ne)poželjan materijal</i> | 24 |
| 2.3.3. <i>Razlika između recikliranog i organskog materijala</i> | 28 |
| 2.3.4. <i>“Najčišći” materijali</i> | 29 |
| 2.4. MIKROPLASTIKA I PRANJE ODJEĆE | 31 |
| 2.5. NOSTALGIJA ZA PROŠLOŠĆU KROZ MODU I PRENOŠENJE TRADICIJE | 32 |
| 2.6. ETIČNOST I RADNI UVJETI U MODNOJ INDUSTRIJI | 33 |
| 2.7. ŠTO SE DOGAĐA S ODJEĆOM KOJA SE DONIRA “BRZOJ” MODI? | 34 |
| 3. Održivi razvoj i održiva potrošnja | 37 |
| 3.1. CERTIFIKATI U MODNOJ INDUSTRIJI | 37 |
| 3.2. ODRŽIVA PROIZVODNJA | 38 |
| 3.3. KAMPANJA „WHO MADE MY CLOTHES?“ | 40 |
| 4. Osviještenost, informiranost i stavovi stanovnika na području RH u svezi <i>second hand</i> kupnje i pojma održive mode | 42 |
| 4.1. METODOLOGIJA ISPITIVANJA STAVOVA STANOVNIŠTVA | 42 |

| | |
|---|----|
| 4.2. REZULTATI PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA | 42 |
| 5. Usporedba s vodećim tržištima mode u Europi sa SAD-om | 57 |
| 5.1. ŠVEDSKO TRŽIŠTE MODE U USPOREDBI S HRVATSKIM TRŽIŠTEM MODE | 59 |
| 5.2. ODRŽIVA MODA U SAD-U | 61 |
| Zaključak | 64 |
| Bibliografija | 65 |

Uvod

Modna industrija dinamično je područje koje obuhvaća širok raspon aktivnosti, od dizajniranja i proizvodnje do marketinga i prodaje. Doprinosi oblikovanju kulturnih trendova, počevši od *haute*¹ mode do *streetwear*². Pojmovi kružne ekonomije, *second hand* koncepta i održive potrošnje međusobno su povezani i ključni za razumijevanje i rješavanje problematike modne industrije. Model kružne ekonomije za cilj ima smanjiti otpad i negativan utjecaj uz maksimiziranje vrijednosti resursa što se u kontekstu modne industrije očituje kroz produljenje vijeka trajanja odjeće praksama kao što su popravak, ponovna upotreba i recikliranje. Jedna od ključnih komponenti kružnog gospodarstva u modnoj industriji je poticanje kupnje rabljene odjeće (*second hand* koncept). Rabljena odjeća može se pronaći u različitim oblicima, uključujući *thrift* trgovine, praksu zamjene odjeće i iznajmljivanje. Europska unija provodi politike za poticanje održivih praksi u modnoj industriji kao što su EU Ecolabel za tekstil i Akcijski plan za kružno gospodarstvo. Neke američke modne marke usvojile su održive prakse, uključujući korištenje organskih i recikliranih materijala, smanjenje otpada i promicanje boljih radnih uvjeta u proizvodnji odjeće. Osnovane su inicijative i organizacije koje promiču održivu modu kao što su *Sustainable Apparel Coalition* i *Fashion Revolution USA*.

Na osnovi istraživanja i informacija iz službenih izvora, problem istraživanja rada temelji se na upitnosti metoda izrade odjeće, upotrebe materijala i opće informiranosti u svezi posljedica razvoja modne industrije na okoliš. Predmet istraživanja odnosi se na upoznavanje cjelokupnog procesa proizvodnje odjeće, počevši od uzgoja sirovina do dospjeća u trgovinu uz usporedbu europskog i američkog tržišta „održive“ mode.

Svrha i ciljevi istraživanja odnose se na upoznavanje utjecaja modne industrije na okoliš, društvo i kvalitetu života te načine doprinosa boljitka modne industrije.

U obradi teme diplomskog rada i provedenom istraživanju, korištene su deskriptivna metoda, metoda ankete i statistička metoda uz obradu empirijskih podataka.

Rad je podijeljen na pet cjelina; u prvom dijelu obrađuje se pojam kružne ekonomije, njezinih koristi i važnosti, spominje se *zero waste* koncept i sama primjena kružne ekonomije

¹ franc. visoka moda.

² eng. ulična moda.

u Hrvatskoj. Druga cjelina odnosi se na *second hand* koncept, počevši od razlike između pojma „brze“ i „spore“ mode, zabluda o istima, buvljaci, materijali, mikroplastika do radnih uvjeta u tvornicama proizvodnje odjeće. U trećem dijelu, objašnjena je održiva potrošnja, certifikati u modnoj industriji, održiva proizvodnja i kampanja „*Who made my clothes?*“. Za potrebe istraživačkog rada, napravljena je anketa u obliku Google obrasca koncipiranog za bolje upoznavanje potrošačkih navika stanovnika Hrvatske i njihovih stavova u svezi spomenutih pojmova u modnoj industriji. Zadnja cjelina odnosi se na usporedbu hrvatskog, švedskog i američkog tržišta mode.

1. Kružna ekonomija

Kružno gospodarstvo je model proizvodnje i potrošnje koji uključuje dijeljenje, posudbu, ponovno korištenje, popravljanje, obnavljanje i reciklažu postojećih proizvoda i materijala. Na taj način produljuje se životni vijek proizvoda što u praksi dovodi do smanjenja otpada na najmanju moguću mjeru.³ U kružnoj ekonomiji, tokovi resursa i energije kruže u zatvorenoj petlji radi što dulje cirkulacije proizvoda. Koncept kružne ekonomije bazira se na ekološkim inovacijama, ekodizajnu, odgovornoj potrošnji, ponovnoj upotrebi, popravcima, energetske učinkovitosti, modernim i naprednim tehnologijama te korištenju obnovljivih izvora energije; smanjuje potrošnju materijala i redizajnira materijale, proizvode i usluge kako bi imali manji utjecaj prema resursima te ponovno hvata „otpad” kao resurs za proizvodnju novih materijala i proizvoda.

Circularity Gap Reporting Initiative (CGRi) međunarodna je neprofitna organizacija čiji je cilj mjerenje i izvještavanje o napretku zemalja prema kružnom gospodarstvu. CGRi izrađuje godišnja izvješća gdje procjenjuje uspješnost zemalja u kružnosti na temelju niza ključnih pokazatelja poput upotrebe materijala, stvaranja otpada i kružnih poslovnih modela. Prema izvješću CGRi⁴-ja, primjena kružne ekonomije na svjetskoj razini u 2020. iznosi 8.6%, dok je u 2018. iznosila 9.1%, a 70% svih globalnih emisija stakleničkih plinova povezano je s rukovanjem i korištenjem materijala. CGRi izvješće iz 2023.⁵ pokazuje 7.2% primjene kružne ekonomije, odnosno više od 90% materijala je nedostupno za ponovnu upotrebu.

Kvalitetu podataka potrebnih za izračun i bazu podataka o volumenu protoka materijala pripremaju međunarodno priznate institucije u suradnji sa znanstvenim odborom. Koriste se monetarni podaci iz nacionalnih input-output tablica i statistike gdje su podaci prikazani u hibridnim tablicama u tonama i teradžulima te monetarnim jedinicama (euri) koristeći statističke tehnike i modele.

³ Europski Parlament, *Kružno gospodarstvo: definicija i koristi koje donosi*, <https://www.europarl.europa.eu/news/hr/headlines/economy/20151201STO05603/kruzno-gospodarstvo-definicija-i-koristi-koje-donosi>

⁴ The Circularity Gap Reporting Initiative, <https://www.circularity-gap.world/>

⁵ ibid.

1.1. Važnosti i koristi kružne ekonomije

Koncept kružne ekonomije ima potencijal zaštititi okoliš, poboljšati ekonomiju i unaprijediti društvenu pravdu. Način na koji se koristi i raspolaze resursima utječe na ranjive skupine ljudi jer se mnoga odlagališta, proizvodni i prerađivački objekti nalaze u neposrednoj blizini zajednica s niskim životnim standardom. „Ekonomija funkcionalnih usluga“ odnosi se na iznajmljivanje dobara umjesto prodaje kako bi se smanjilo stvaranje otpada.⁶ Više od 200 stručnjaka iz 100 organizacija sudjelovalo je u razvoju Akcijske agende za kružno gospodarstvo, skupa publikacija koje analiziraju potencijalni učinak u pet ključnih sektora: plastika, tekstil, elektronika, hrana i kapitalna oprema (strojevi i veliki alati poput poljoprivredne opreme i proizvodne infrastrukture). Prelaskom s linearne na kružnu ekonomiju, posjedovanje proizvoda na tradicionalan način mijenja se pristupom usluzi koju proizvod pruža.

Primjenom kružne ekonomije dolazi do ekonomskog rasta i porasta BDP-a kroz smanjene troškove proizvodnje i produktivniju upotrebu inputa. Jedna od prednosti i koristi kružne ekonomije je ušteda troškova materijala; u sektoru složenih proizvoda srednjeg vijeka trajanja poput mobitela u EU, godišnja neto ušteda troškova materijala iznosila bi do 630 milijardi američkih dolara, a neto ušteda troškova materijala robe široke potrošnje poput sredstava za čišćenje, iznosila bi do 700 milijardi američkih dolara na globalnoj razini.⁷ Inovacije u ekonomiji uključuju veće stope tehnološkog napretka, poboljšanu kvalitetu materijala, radnu snagu i energetske učinkovitost uz ostvarivanje profita. Indikatori kojima se mjeri napredak u primjeni kružne ekonomije su produktivnost resursa (dijeljenjem BDP-a i domaće potrošnje materijala), indeks ekološke inovativnosti (indeks temeljen na 16 pokazatelja u pet područja: inputi ekološke inovacije, aktivnosti ekološke inovacije, outputi ekološke inovacije, ekološki ishodi i socio-ekonomski ishodi), stopa recikliranja (tonaža recikliranog komunalnog otpada podijeljena s ukupnim komunalnim otpadom) i komunalni otpad po glavi stanovnika (količina proizvedenog komunalnog otpada podijeljena s godišnjim prosjekom populacije).⁸

⁶ Gallaud i Laperche, *Circular economy, industrial ecology and short supply chain*, str. 59

⁷ Ellen MacArthur Foundation, *Towards the circular economy Vol. 1: an economic and business rationale for an accelerated transition*, <https://ellenmacarthurfoundation.org/towards-the-circular-economy-vol-1-an-economic-and-business-rationale-for-an>

⁸ Andabaka, Beg, Gelo, *Challenges of Circular Economy in Croatia*, str.122.

Slika 1 Model kružnog gospodarstva



Izvor: Europski parlament, *Kružno gospodarstvo: definicija, vrijednosti i korist*, <https://www.europarl.europa.eu/news/hr/headlines/economy/20151201STO05603/kruzno-gospodarstvo-definicija-i-koristi-koje-donosi>

Primjena kružnog gospodarstva doprinosi smanjenju emisije ugljičnog dioksida, smanjenju primarne potrošnje materijala (sintetička gnojiva, pesticidi, goriva, neobnovljiva energija) te hranjivosti i zdravlju tla. Prema Europskoj agenciji za okoliš, industrijski procesi i upotreba proizvoda tvore 9,10% emisija stakleničkih plinova u Europskoj uniji, a gospodarenje otpadom čini 3,32%.⁹ Oko 45% globalnih emisija stakleničkih plinova dolazi od upotrebe i proizvodnje proizvoda, kao i proizvodnje hrane. Strategije kružnog gospodarstva koje smanjuju ljudsku upotrebu resursa mogu smanjiti globalne emisije stakleničkih plinova za 39% (22,8 milijardi tona).¹⁰ Otprilike 300 milijuna tona plastičnog otpada godišnje proizvedeno je na globalnoj razini što je ekvivalent težini cijele ljudske populacije.¹¹ Prema službenim podacima Europske komisije iz 2022. godine, postotak reciklirane plastike iznosi 9%, a u 2023. godini, Komisija je revidirala okvir za praćenje

⁹ Europski Parlament, op.cit.

¹⁰ Circularity Gap Reporting Initiative, op.cit.

¹¹ European Commission, *EU helps launch negotiations on landmark global agreement on plastic pollution*, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_22_1466

kružnog gospodarstva, prethodno usvojenog 2018. kojim se podupire kružno gospodarstvo EU-a i klimatska neutralnost u okviru Europskog zelenog plana.¹²

Primjena kružne ekonomije u tekstilnoj industriji znači prelazak na recikliranje i materijale koji se mogu reciklirati kako bi se uštedjelo na količini vode, fosilnih goriva i zemljišta upotrebljenih za proizvodnju nove odjeće, kako bi se odjeća duže “zadržala” (*second hand* koncept). Dva su principa koja promoviraju održivost, 3R i 6R model. 3R model opisuje se kao model smanjenja otpada (*reduce*), ponovne upotrebe (*reusing*) te recikliranja resursa i proizvoda (*recycling*). Minimiziranje otpada postiže se smanjenjem, zatim ponovnom upotrebom i recikliranjem. Model 6R odnosi se na šest termina koji uključuju smanjenje, ponovnu upotrebu, recikliranje, oporavak, redizajniranje i prerađivanje. Oba modela za cilj imaju smanjiti otpad te čuvati prirodne resurse i energiju.

Neke od koristi primjene kružnog gospodarstva za pojedince su: povećani raspoloživi dohodak (smanjenje troškova proizvoda i usluga), veća korisnost kroz individualiziran pristup, poboljšanje zdravlja (smanjenje zagađenog zraka i vode) te smanjena zastarjelost (kvalitetniji proizvodi i usluge). Prioritet primjene kružnog gospodarstva je zaštita okoliša, odnosno usporavanje upotrebe prirodnih resursa za zaštitu bioraznolikosti.

Što se tiče europskih zemalja i primjene kružnog gospodarstva, Nizozemska je globalni predvodnik u primjeni kružne ekonomije (24,5%); za cilj postavljeno je postizanje do 50% u primjeni kružne ekonomije do 2030. i 100% do 2050. kroz četiri ključna sektora: poljoprivredu, građevinarstvo, proizvodnju i energetiku.¹³ Francuski plan za 100%-tno kružno gospodarstvo uključuje četiri ključna prioritetna područja: bolju proizvodnju, bolju potrošnju, bolje gospodarenje otpadom i uključivanje svih dionika.¹⁴ U Finskoj je kružno gospodarstvo uključeno u prvi svjetski plan za kružno gospodarstvo koju je 2016. objavio Finski fond za inovacije Sitra. Spomenuti koncept naglašava ulogu pojedinaca i poduzeća, nove vrste partnerstava, promjene u stavovima i postupcima te razvoj radnog okruženja.¹⁵

¹² European Commission, *Circular economy action plan*, https://environment.ec.europa.eu/strategy/circular-economy-action-plan_en

¹³ Circularity Gap Reporting Initiative – Netherlands, op.cit.

¹⁴ European Union, *Circular Economy roadmap of France: 50 measures for a 100% circular economy*, <https://circulareconomy.europa.eu/platform/en/strategies/circular-economy-roadmap-france-50-measures-100-circular-economy>

¹⁵ Sitra, *A circular economy*, <https://www.sitra.fi/en/topics/a-circular-economy/>

1.2. Povijest kružne ekonomije

Više od 100 milijardi tona resursa dio su ekonomije svake godine počevši od metala, minerala i fosilnih goriva do organskih materijala. Upotreba resursa povećala se trostruko od 1970., a predviđeno je udvostručenje ako se ne promijeni strategija raspolaganja resursima do 2050.¹⁶ Povijest kružne ekonomije započela je oskudicom i siromaštvom, temeljila se na ponovnoj upotrebi i prenamjeni predmeta, vještinama „uradi sam“ i lokalnim obrtnicima koji su popravljali pojedinačne objekte, infrastrukturu, zgrade i materijalna dobra za održavanje vrijednosti. Točni podaci o samim počecima koncepta kružne ekonomije nisu definirani, no vrlo bitno osobe koje su doprinijele razvitku su američki profesor John Lyle, njegov student William McDonough, njemački kemičar Michael Braungart te arhitekt i ekonomist Walter Stahel. Djelo koje je doprinijelo povijesti koncepta kružne ekonomije je znanstvena knjiga o okolišu autorice Rachel Carson “Tiho proljeće” (1962.) kojom se skrenula pažnja na opasnosti kemijskog onečišćenja. Knjiga “Tiho proljeće” inspirirala je osnivanje Agencije za zaštitu okoliša.¹⁷ Šest je ključnih prekretnica u povijesti kružne ekonomije: industrijska revolucija, *cradle-to-cradle*, zaklada *Ellen MacArthur*, Europska Unija, *The Operation National Sword* u Kini i COVID-19 globalna pandemija. Svaka prekretnica doprinijela je prepoznavanju potrebe za održivim ekonomskim praksama. Industrijskom revolucijom povećala se potrošnja resursa, i proizvodnja otpada. *Cradle-to-cradle* je koncept dizajniranja proizvoda i regenerativnih procesa kojeg su osnovali William McDonough i Michael Braungart 2002. godine. Zaklada *Ellen MacArthur* promiče kružnu ekonomiju kroz istraživanja, edukaciju i partnerstva, a Europska Unija je 2015. usvajanjem paketa o kružnoj ekonomiji stavila naglasak na recikliranje, učinkovitost resursa i smanjenje otpada.¹⁸ Kina je 2018. implementirala *The Operation National Sword* kojom je zabranjen uvoz određenih vrsta otpada, uključujući plastiku.¹⁹ Zadnju etapu čini globalna pandemija COVID-19.

¹⁶ Circularity Gap Reporting Initiative, op.cit.

¹⁷ US Environmental Protection Agency, *The Birth of EPA*, <https://www.epa.gov/archive/epa/aboutepa/birth-epa.html>

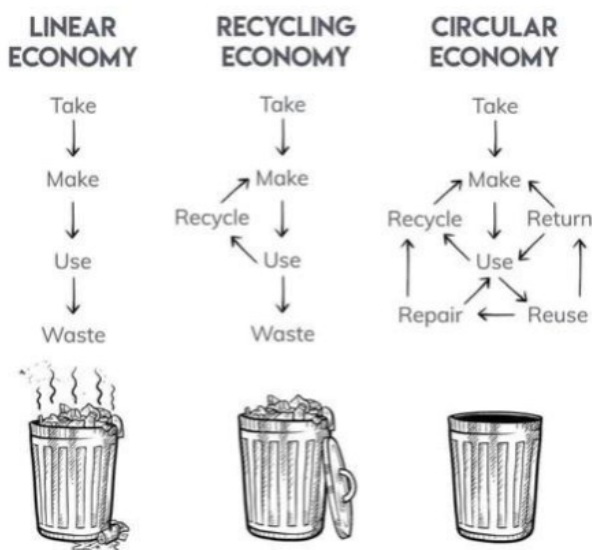
¹⁸ European Commission, op.cit.

¹⁹ Heiges i O'Neill, *A Recycling Reckoning: How Operation National Sword catalyzed a transition in the U.S. plastics recycling system*, str. 1

1.3. Postojeći način proizvodnje – linearna ekonomija

U vrijeme industrijske revolucije, linearna ekonomija donijela je mnoge prednosti; roba se mogla masovno proizvoditi, došlo je do porasta svjetske populacije i milijuni ljudi su izvučeni iz siromaštva.

Slika 2 Usporedba linealne, reciklažne i kružne ekonomije



Izvor: The R Collective, *Circular Economy vs. Linear Economy*, <https://tinyurl.com/tjh2c3wz>

Linearnu ekonomiju opisuje se kao koncept gdje se resursi ekstrahiraju za proizvodnju proizvoda koji postanu otpad i završe na odlagalištu. U linearnoj ili industrijskoj ekonomiji, materijali i proizvodi kreću se u jednom smjeru, od sirovina do otpada, koncept koji negativno utječe na prirodne sustave. Ekonomija recikliranja usmjerena je na ponovnu upotrebu materijala i ekstrakciju sirovina produljenjem vijeka trajanja kroz recikliranje, dok kružna ekonomija stvara sustav zatvorene petlje gdje se resursi što duže zadržavaju u upotrebi ponovnom upotrebom, recikliranjem i regeneracijom. Kružna ekonomija sveobuhvatniji je pojam od ekonomije recikliranja, nastoji eliminirati otpad promicanjem održive prakse poput dizajniranja proizvoda radi trajnosti.

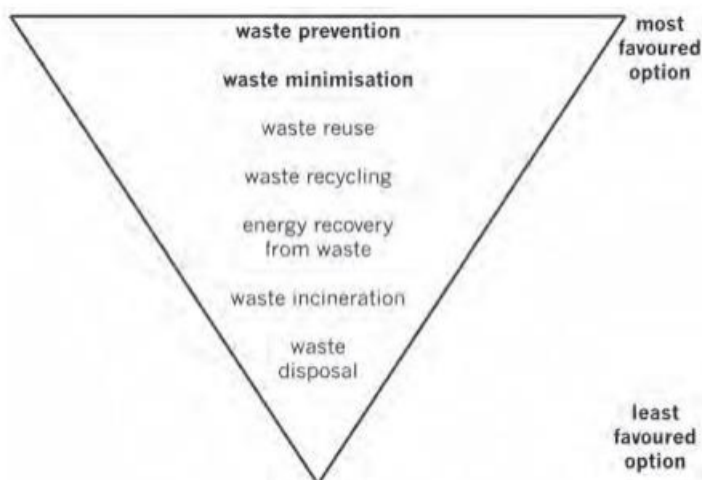
Postojeći način proizvodnje godišnje troši 100 milijardi tona materijala, a više od 90% toga završi u otpadu.²⁰

²⁰ Circularity Gap Report Initiative, op.cit.

1.4. Zero waste koncept u modi

Prema Zero Waste International Alliance, *zero waste* je “očuvanje svih resursa pomoću odgovorne proizvodnje, potrošnje, ponovne upotrebe i uporabe proizvoda, ambalaže i materijala bez spaljivanja i bez ispuštanja (štetnih) tvari u zemlju, vodu ili zrak koji ugrožavaju okoliš ili ljudsko zdravlje.”²¹ Konvencionalni pristupi dizajnu troše otprilike 15% upotrebljene tkanine tijekom dizajniranja u izradi kroja i šivanja odjevnog predmeta.²² *Zero waste* dizajn jedna je od opcija implementacije održivih proizvodnih procesa i proizvoda. Prepreka stvaranju *zero waste* dizajna je razdvajanje uloga modnog dizajna i rezanje uzorka. Recikliranje i kreativna ponovna upotreba dio su “dizajniranja bez otpada”. *Zero waste* dizajniranje opisuje praksu kreiranja uzoraka za dizajniranje odjeće s minimalno ili u potpunosti bez stvaranja otpada, maksimalno iskorištavanje materijala za kreiranje odjeće pomoću promišljenih modela uzoraka i kreativnih rješenja za eliminiranje “neiskoristivih” komadića tkanine.²³ Materijalni otpad postaje otpadom u procesu sortiranja i kategoriziranja, kada materijal nije iskoristiv. Odjevni predmet masovne proizvodnje nastaje iz pravokutnika tkanine (ili više pravokutnika ako više tkanina čini odjevni predmet): širina tkanina i duljina markera, odnosno izgled kroja određuju veličinu ovog pravokutnika.

Slika 3 Hijerarhija menadžmenta otpada



Izvor: Risannen i McQuillan, *Zero-waste fashion design : a study at the intersection of cloth, fashion design and pattern cutting*, str. 5

²¹ Zero Waste International Alliance, *Zero waste definition*, <https://zwia.org/zero-waste-definition/>

²² Risannen i McQuillan, *Zero-waste fashion design: a study at the intersection of cloth, fashion design and pattern cutting*, str. 7

²³ *ibid.*

Hijerarhija menadžmenta otpada prikazana je *bottom-down* pristupom gdje je na vrhu prevencija otpada kao prioritet prilikom dizajniranja *zero waste* odjeće, a krajna mjera odlaganja otpada nalazi se na dnu hijerarhije. Ispod prevencije otpada je minimiziranje istog i ponovna upotreba. U sredini hijerarhije nalazi se dobivanje energije iz otpada, a predzadnju opciju čini spaljivanje otpada.

Temelj *zero waste* odjevnih predmeta predstavlja odnos između širine tkanine i kroja odjeće. Francuska dizajnerica Madeleine poznata je kao „arhitekt među krojačima“ zbog pristupa izradi uzoraka i eksperimentiranju s drapiranjem.²⁴ Njezin način dizajniranja prioritizira učinkovitost i smanjenu količinu posla, uz održavanje standarda konačnog proizvoda.

Slika 4 Stvaranje novih odjevnih predmeta od "otpadaka"



Izvor: Risannen i McQuillan, *Zero-waste fashion design : a study at the intersection of cloth, fashion design and pattern cutting*, str. 28

Jedan od njezinih glavnih utjecaja bio je Timo Rissanen, finski suvremeni dizajner čiji je način dizajniranja uključivao izbjegavanje zakrivljenih izreza na tkanini kako bi se eliminirao otpad. Françoise Hoffmann i tehnike "nuno filcanja" odnose se na rad s tekstilom uz eliminaciju šavova i nabora ušivenih u tkaninu (poznatijih kao "krojački interpunkcijski

²⁴ način pokrivanja dijela tijela tkaninom tako da "pada".

znakovi”) što omogućuje izradu trodimenzionalnih komada bez šivanja. Jedna od značajki filca je da se tkanina stvara u isto vrijeme kad i dizajn.

Materialbyproduct australska je modna tvrtka koja proizvodi modne dodatke od otpadaka tkanine, a američki brend tonlé nudi ekološki prihvatljivu žensku odjeću s procesom dizajniranja bez otpada pomoću ostataka tkanina velikih proizvođača. U hrvatskom *zero waste* modnom svijetu najbliže spomenutom pojmu je Candybalism koji se zalaže za isti koncept, a korišteni materijali dolaze iz zaštićene i provjerene proizvodnje.

1.5. Primjena kružne ekonomije u Hrvatskoj

Primjena kružne ekonomije u Hrvatskoj nalazi se u razvojnoj fazi. Hrvatska proizvede oko 6 milijuna tona otpada godišnje, što je prosjek od oko 1.5 tona po osobi godišnje. Većina tog otpada dolazi iz građevinskog sektora i kućanstava. U Hrvatskoj je proizvedeno 58% komunalnog otpada u 2021. godini koje je odlazilo na jedno od 80 aktivnih odlagališta u državi.²⁵ Glavni dokument za implementaciju kružnog modela ekonomije u Hrvatskoj je Strategija održivog razvoja iz 2009. godine, a trenutno se radi na prijedlogu Plana gospodarenja otpadom Republike Hrvatske za razdoblje 2023.-2028. godine.

Razvoj kružne ekonomije u Hrvatskoj dijeli se na četiri faze: politika zaštite okoliša utemeljena na naslijeđu (1992.-2000.), politika zaštite okoliša u očekivanju članstva u EU (2001.-2012.), faza održivog razvoja u okviru EU (2013.-2019.) i prelazak na kružnu ekonomiju pomoću Europskog zelenog plana i ciljeva održivog razvoja (2019.-danas).²⁶ Jedan od prvih dokumenata u svezi održivog razvoja koje je Hrvatski parlament prihvatio je Deklaracija o zaštiti okoliša (1992.) zajedno sa Zakonom o zaštiti okoliša (1994.), Zakonom o vodama (1995.), Zakonom o otpadu (1995.) i Zakonom o zaštiti zraka (1995.). U fazi od 2001.-2012., težilo se održivom razvoju više nego zaštiti okoliša. Dokumenti koji su obilježili drugu fazu su Nacionalna strategija o zaštiti okoliša (2002.), Zakon o zaštiti okoliša (2007.), Strategija održivog razvitka (2009.) i Strateški okvir za razvoj 2006.-2013. Ulaskom u Europsku uniju, Hrvatska je postala obvezna izraditi Nacionalni program reformi za

²⁵ The World Bank, *Circular Construction Waste Management in Croatia: From Raw Material to Waste and Back*, <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2022/11/16/circular-construction-waste-management-in-croatia-from-raw-material-to-waste-and-back>

²⁶ Švarc, *Policy Framework for Implementation of a Circular Economy in Croatia: Past, Present, and Future*, str. 203

koordinaciju ekonomske politike na europskoj razini. Dva su dokumenta koja promiču kružnu ekonomiju kao važan element ukupnog razvoja, prvi je Prijedlog plana zaštite okoliša do 2020., a drugi je Integrirani nacionalni energetske i klimatski plan 2021.-2030. Zakon o gospodarenju otpadom (2021.) definira visinu stope recikliranja kojom bi se ostvario zadani cilj stope recikliranja do 2035.

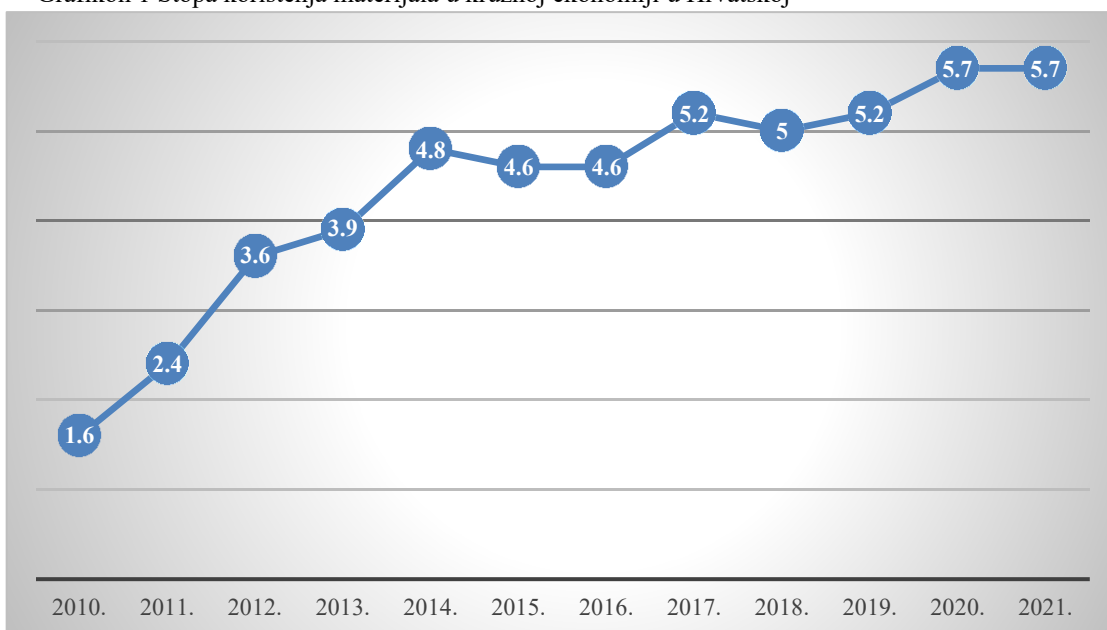
Slika 5 Kružna ekonomija u svijetu i u Hrvatskoj



Izvor: The World Bank, *Rethinking waste: How a circular economy can help Croatia achieve a more sustainable future*, <https://blogs.worldbank.org/europeandcentralasia/rethinking-waste-how-circular-economy-can-help-croatia-achieve-more>

Prema podacima izvješća Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja te Svjetske banke, Hrvatska primjenjuje kružnu ekonomiju 2.7%, a više od 97% potrošenih materijala godišnje, ne vrata se u gospodarstvo kao sirovine. Svjetska banka zajedno s Ministarstvom gospodarstva i održivog razvoja sudjeluje u izradi petogodišnjeg Akcijskog plana kružnog gospodarstva za građevinski sektor s ciljem primjene načela kružnog gospodarstva. Prema direktivi Europske unije, Hrvatska mora smanjiti odlaganje otpada na 10% i povećati stopu recikliranja s 31 na 65% do 2035. godine.

Grafikon 1 Stopa korištenja materijala u kružnoj ekonomiji u Hrvatskoj



Izvor: izrada autora prema podacima s https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_12_41/default/table?lang=en

U razdoblju od 2010., trend stope korištenja materijala u kružnoj ekonomiji u Hrvatskoj je u rastu. Od 2010., povećao se sa stope od 1,6% do 5,7% u 2021. godini.

Pristup kružnog gospodarstva uključuje minimizaciju otpada i promicanje održive prakse. U hrvatskoj modnoj industriji, spominju se projekti i brendovi poput CROmade hrvatskog brenda poznatog po odjevnim predmetima i dodacima od recikliranog materijala, Zelene Kamenice čija je odjeća napravljena od prirodnih materijala poput lana, konoplje i vune zajedno s Miretom, Kopom i Oktarinom koji se osvrću na važnost podupiranja lokalne proizvodnje i zajednice.

2. *Second hand* koncept u svijetu mode

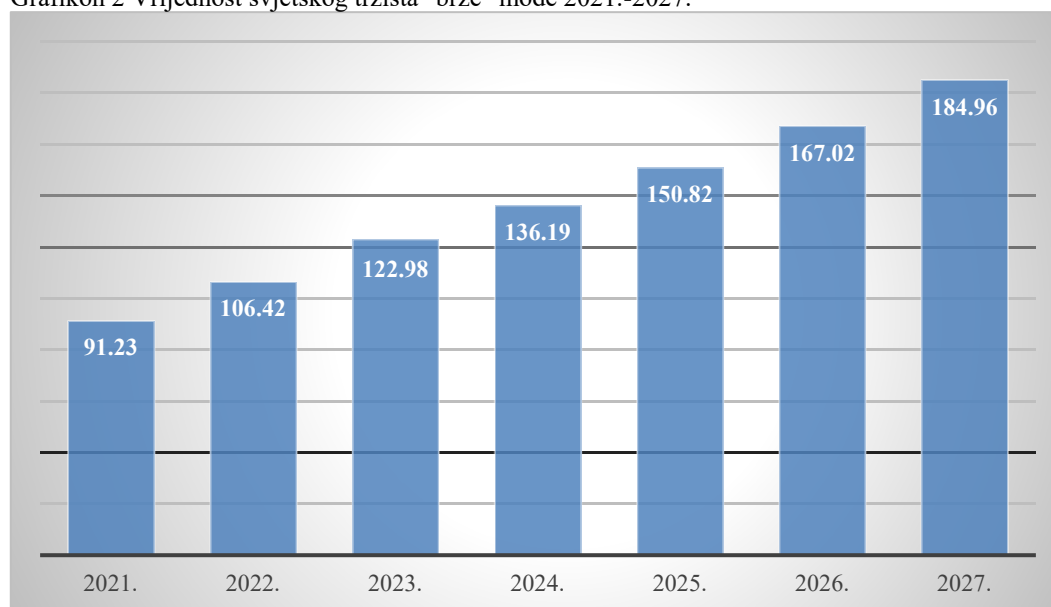
Second hand (rabljena) moda odnosi se na odjeću, obuću i modne dodatke koji su prije bili u vlasništvu i korišteni od strane drugih ljudi. Rabljena moda stekla je popularnost kao održiva i ekološki prihvatljiva alternativa “brzoj” modi često predstavljajući jedinstvene i bezvremenske stilove. Praksa kupnje rabljenih modnih predmeta smanjuje potražnju za proizvodnjom nove odjeće zbog čega se potencijalno može smanjiti količina tekstilnog otpada na odlagalištima. Povijest *second hand* odjeće počinje još u drevnim vremenima kada bi se odjeća popravljala i ponovno nosila. Prije industrijske ere, izrada odjeće iziskivala je velike količine ljudskih i materijalnih resursa zbog čega nije bilo puno odjeće na tržištu. U doba renesanse bilo je uobičajeno da sluge prodaju staru odjeću svojih gospodara seljacima u susjednim selima. Zbog pristupačnosti i jeftine proizvodnje nove odjeće, pojam rabljene odjeće često se povezivao sa siromaštvom. U Engleskoj i Sjevernoj Americi, razvila se industrija “loše robe” (eng. *shoddy*) koja je opisivala izdržljivu tkaninu satkanu od isjeckanih vunениh otpadaka kojima su se punile unutrašnjosti konjskih zaprega. Spomenuta tkanina bila je prenamijenjena u vunene uniforme i deke koje su koristili američki i britanski vojnici u Prvom svjetskom ratu.²⁷ U vrijeme Velike depresije 1930-ih godina, mnogi si nisu mogli priuštiti novu odjeću zbog čega su se oslanjali se na rabljenu odjeću što je dovelo do oživljavanja tržišta rabljene odjeće. Recikliranje i ponovna upotreba predmeta smatrali su se načinom uštede novca i resursa, a promicalo se kao patriotska dužnost tijekom ratova i ekonomskih kriza. U post-ratnom razdoblju 60-ih i 70-ih godina prošlog stoljeća, *second hand* odjeća postala je popularizirana među mlađom populacijom zainteresiranom za retro i *vintage* modu. Neki modni brendovi počeli su uključivati rabljenu odjeću u svoje poslovne modele, uz nove kolekcije ili kao vlastitu platformu za rabljene proizvode. Danas postoji velik broj platformi i *online* tržnica gdje se prodaju rabljene stvari, među kojima je i odjeća, a jedna od poznatijih *online* platformi na području Hrvatske je web stranica mojekrpice.hr i buvljak Hrelić u području Zagreba. Neki od razloga rasta popularnosti *second hand* koncepta su održiva praksa, cjenovna prihvatljivost, jedinstven asortiman odjeće, etičnost.

²⁷ Shell, *A Global History of Secondhand Clothing* esej na web stranici Spreadable Media: Creating Value in a Networked World, New York, 2013.

2.1. „Brza“ moda, „spora“ moda i *greenwashing*

Do sredine 19.-og stoljeća, proizvodila se odjeća „prêt-a-porter“ (*ready-to-wear, ready-to-carry*) kojom se trgovalo i razmjenjivalo na međunarodnom tržištu. Počelo se proizvoditi više odjeće jer su prerađivači pamuka, mehanički tkalački stanovi i šivaći strojevi olakšali proizvodnju odjeće. Dolaskom većih količina odjeće na tržište, srednja klasa počela je više kupovati zbog čega su se odjevni predmeti nosili manje i više je dolazilo do izmjenjivanja odjevnih predmeta. „Brzu” modu definiraju brza proizvodnja i velike količine; poslovni model kojeg karakteriziraju spomenuti pojmovi i brze prilagodbe sezonskim modnim trendovima.

Grafikon 2 Vrijednost svjetskog tržišta "brze" mode 2021.-2027.



Izvor: izrada autora prema podacima s <https://www.statista.com/statistics/1008241/fast-fashion-market-value-forecast-worldwide/>

Grafikon vrijednosti svjetskog tržišta „brze“ mode prikazuje kontinuirani rast. U 2021. godini, vrijednost tržišta iznosila je 91,23 milijarde američkih dolara, a godinu nakon 106,42 milijarde američkih dolara. S obzirom na trend rasta, predviđa se vrijednost od 184,96 milijardi američkih dolara do 2027. godine.

Između pojma “brze” i “spore” mode nalazi se pojam *greenwashing*, marketinški potez predstavljanja netočne ili iskrivljene slike o ekološki prihvatljivim proizvodima, ciljevima i politici brenda. Prema istraživanju o *greenwashingu* objavljenom na Global Risk

Management Institute blogu, postoji pet tipova *greenwashinga*: slike okoliša, zavaravajuće oznake, skriveni kompromisi (korištenje recikliranih materijala uz eksploatacijske uvjete), irelevantne tvrdnje (oznake „bez određenih kemikalija“ u zemljama gdje su te iste kemikalije zakonom zabranjene) i „manje zlo“ (proizvodnja organskih cigareta).²⁸ Utvrđivanje utjecaja robnih marki na ljude, planet i životinje provodi Good On You stranica koja prikuplja i analizira više od 500 točaka s više od 100 pitanja.

“Spora” moda prioritizira kvalitetu i fokusira se na proizvodnju odjevnih predmeta koji su izdržljivi, “bezvremenski” i izrađeni od održivih materijala. “Spora” moda daje prioritet održivosti, trajnosti i etičkoj proizvodnji, koja ima pozitivan učinak na okoliš i na radnike uključene u proizvodni proces. Brendovi “spore” mode često koriste tradicionalne tehnike i imaju praktičan pristup proizvodnji. Izraz “spore” mode osmislila je Kate Fletcher iz Centra za održivu modu gdje je prateći fenomen *slow food* pokreta, vidjela potrebu za sporijim tempom u modnoj industriji. Cilj “spore” mode je stvoriti održivu i etičnu modnu industriju poticanjem potrošača da kupuju manje količine i kvalitetne artikle proizvedene društveno odgovornim praksama. Neki od primjera “spore” mode su: kupnja proizvoda brendova održive proizvodne prakse, popravci i preinake odjeće, razmjena i dijeljenje (poput međugeneracijskih razmjena odjeće) i “kapsula ormar”; minimalistički pristup modi koji uključuje posjedovanje ograničenog broja (najčešće 30-40 komada) visokokvalitetnih odjevnih predmeta koji se mogu međusobno kombinirati u niz različitih odjevnih kombinacija. Pojam koji se veže uz „kapsula ormar“ je Projekt 333, minimalistički modni izazov nošenja 33 odjevna predmeta, obuće, modnih dodataka i nakita u periodu od tri mjeseca. Cilj je pojednostaviti garderobu i usredotočiti se na kvalitetu.

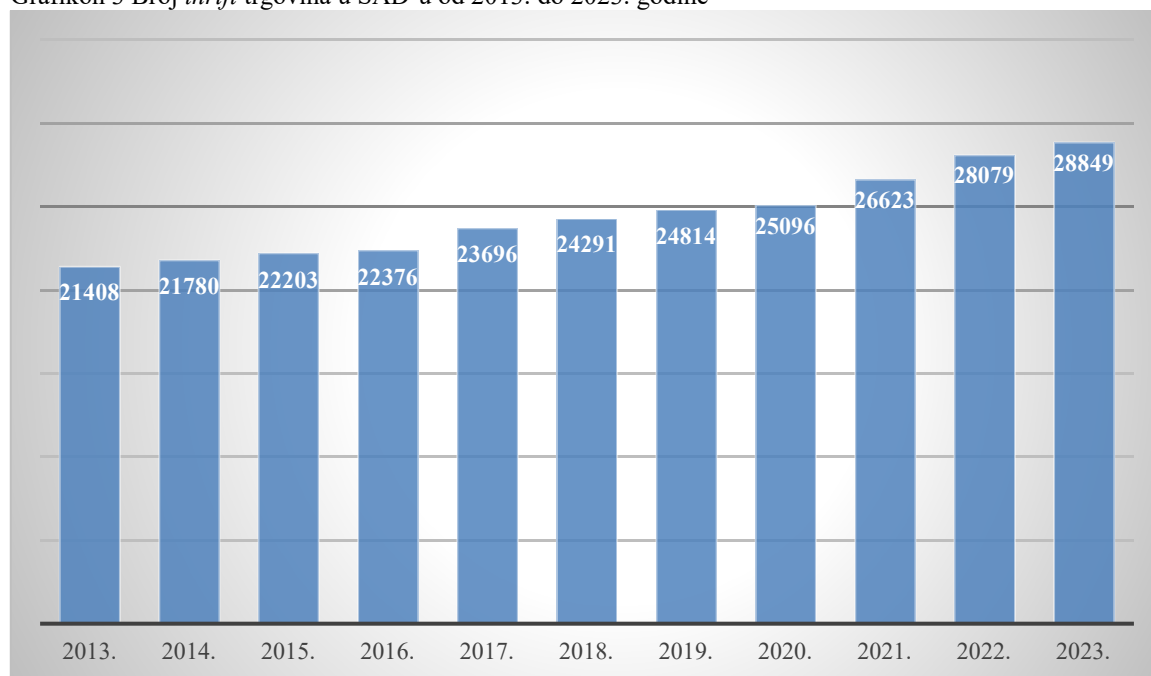
2.1.1. Thrifting, krpanje odjeće, kreativna ponovna upotreba i ponovno nošenje istog seta odjeće u SAD-u

Pojmovi u „sporoj“ modi su thriftanje, krpanje odjeće (eng. *mending*), kreativna ponovna upotreba (eng. *upcycling*) i ponovno nošenje istog seta odjeće. U 2021., kupljena je gotovo jedna milijarda second hand odjeće te je 244 milijuna ispitanika bilo otvoreno za kupnju

²⁸ Global Risk Management Institute, *Greenwashing*, <https://grm.institute/blog/research-study-on-greenwashing/>

second hand proizvoda, prema podacima iz thredUP izvješća.²⁹ Približno 20% ispitanika koji su prvi put *thrifitali* tvrde da je širok raspon veličina odjeće presudan faktor u odabiru kupnje u *second hand* trgovini.³⁰ *Thrifting* nema točan hrvatski prijevod, a *Cambridge Dictionary* glagol *thrift* opisuje kao pažljivo korištenje novca, izbjegavajući stvaranje otpada. *Thrifting* definira odlazak u kupovinu u *thrift* trgovine, na garažne rasprodaje ili buvljake gdje se mogu naći (ne)korištene stvari po niskim cijenama. Lanci *thrift* trgovina poput Goodwilla i Salvation Armyja popularni su diljem SAD-a, a prema IBISWorld stranici, trenutno je otvoreno 26.958 *thrift* trgovina u 2023.³¹

Grafikon 3 Broj *thrift* trgovina u SAD-u od 2013. do 2023. godine



Izvor: izrada autora prema podacima s IBISWorlda, <https://www.ibisworld.com/industry-statistics/number-of-businesses/thrift-stores-united-states/>

Thrift trgovine nude širok raspon artikala, uključujući odjeću, obuću, dodatke, namještaj, kućni dekor, knjige i elektroniku, a neki su specijalizirani za određene vrste artikala kao što je *vintage* ili dizajnerska odjeća. Krpanje odjeće odnosi se na popravak oštećenih ili istrošenih predmeta, obično odjeće. Uključuje razne tehnike, od šivanja gumba

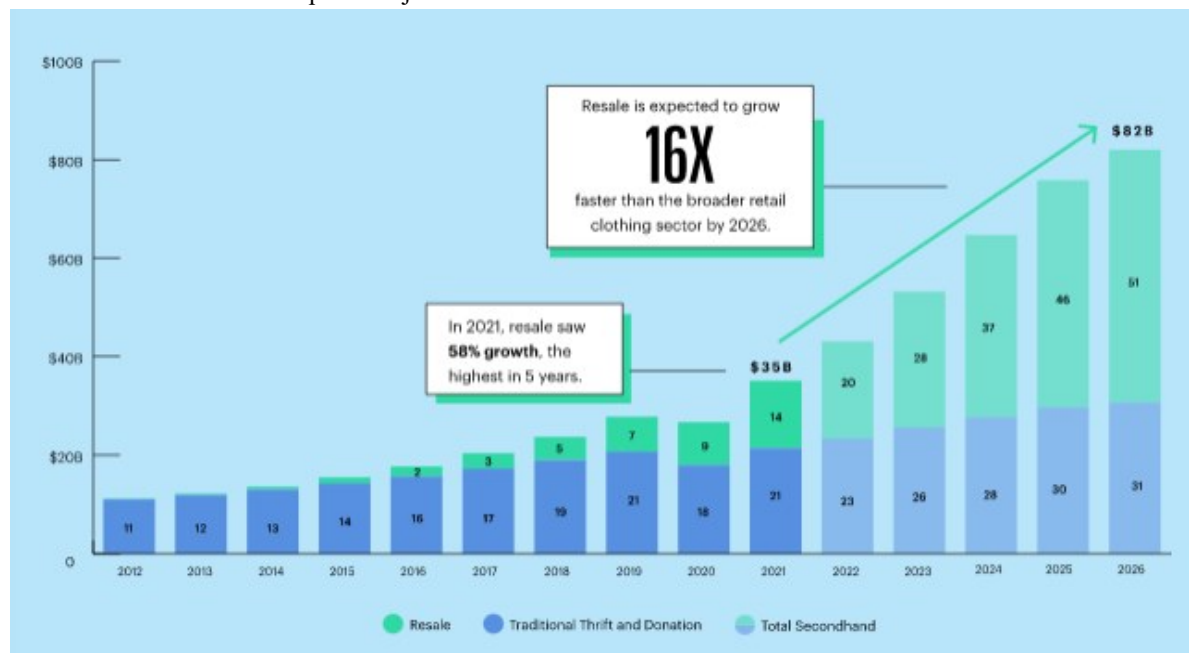
²⁹ thredUP, *Secondhand Is Stealing More Share of Closet Than All Other Growth Channels Combined*, <https://www.thredup.com/resale/#transforming-closets>

³⁰ *ibid.*

³¹ IBISWorld, *Thrift Stores in the US – Number of Businesses*, <https://www.ibisworld.com/industry-statistics/number-of-businesses/thrift-stores-united-states/>

ili krpanja rupe do ponovnog tkanja ili vezenja. Patagonia ima program popravka koji kupcima omogućuje slanje oštećene odjeće na popravak, a neke Levi's trgovine nude usluge popravka u trgovini. Kreativna ponovna upotreba je proces uzimanja starog predmeta i njegovog pretvaranja u nešto novo i korisno. Uključuje kreativno razmišljanje i prenamjenu materijala kao što je pretvaranje stare majice u torbu, korištenje starih paleta za izradu stolića za kavu ili stvaranje svjetiljke od starog kotača bicikla. Patagonia provodi *Worn Wear* program koji potiče kupce na popravak i ponovno korištenje vlastite odjeće, a tvrtka prodaje prerađene predmete izrađene od starih Patagonijinih proizvoda. Ponovno nošenje istog seta odjeće odnosi se na praksu nošenja iste odjeće više puta. Pokret *#30Wears* pokrenula je Livia Firth, osnivačica konzultantske tvrtke za održivu modu Eco-Age kojom potiče ljude da kupuju odjeću koju će nositi najmanje 30 puta, a pokret je stekao popularnost posljednjih godina kao način promicanja odgovorne modne potrošnje.

Slika 6 Tržište *second hand* poslovanja



Izvor: thredUP, *11th Annual Resale Report*, <https://newsroom.thredup.com/news/thredups-11th-annual-resale-report-reveals-consumers-continue-to-embrace-secondhand-amid-economic-uncertainty>

Prema podacima iz thredUP godišnjeg izvještaja preprodaje, u 2021. preprodaja je zabilježila rast od 58%, najveći rast u pet godina. Do 2026., očekuje se da će preprodaja rasti 16 puta brže od širokog maloprodajnog sektora odjeće. *Online* preprodaja najveći je rastući

sektor na američkom *second hand* tržištu s očekivanim godišnjim rastom od 21% u sljedećih pet godina i prihodom od 38 milijardi američkih dolara.³²

Prema godišnjem thredUP izvješću, svjetsko *second hand* tržište moglo bi doseći vrijednost od 350 milijardi američkih dolara do 2027., a za američko *second hand* tržište očekuje se vrijednost od 70 milijardi američkih dolara do 2027. godine.³³

2.1.2. Zablude o “brzoj” modi i o *second hand* konceptu trgovine

„Brza“ moda opisuje način poslovanja koji se temelji na brzini proizvodnje i profitu. Jedna od zabluda je poistovjećivanje luksuznog brenda s održivošću i etičkim poslovanjem, no u praksi je česta pojava korištenja tkanine od sintetičkih vlakana i tradicionalno uzgojenog pamuka te mnogi od tih brendova proizvode svoju odjeću u tvornicama gdje se proizvodi i odjeća “brze” mode. Tradicionalno uzgojen pamuk za izradu jedne majice zahtijeva oko 2.700 l vode i velike količine pesticida. Većina tvornica odjevnih predmeta “brze” mode koriste sintetička vlakna koja nisu biorazgradiva (poliester i najlon) dobivena od fosilnih goriva, a izgaranjem fosilnih goriva otpušta se ugljikov dioksid.³⁴

Za pojam *second hand* koncepta vežu se asocijacije poput nedostatka higijene, loše kvalitete, nižeg socioekonomskog statusa, odjevnih predmeta “izvan trenda” i nedostatka luksuznih stvari. Formaldehid je kemikalija poznata kao metanal koja se koristi u tekstilnoj industriji kao izvor zaštite od plijesni i kao konzervans za dulju postojanost boja, a prisutnost kemikalija asocira se s mirisom nove odjeće.³⁵ Nekoliko je trgovina u SAD-u koji se bave prodajom luksuzne *second hand* odjeće kao što su The RealReal, Vestiaire Collective i Rebag s autentičnim, dizajnerskim torbicama.

³² thredUP, *11th Annual Resale Report*, <https://ir.thredup.com/news-releases/news-release-details/thredups-11th-annual-resale-report-reveals-consumers-continue/>

³³ *ibid.*

³⁴ Kacy Zhao, *Fast Fashion*, <https://www.racetoacure.org/post/fast-fashion>

³⁵ MacArthur, Angela, *Understanding the use of formaldehyde in clothing and textiles*, <https://study.com/learn/lesson/formaldehyde-uses-limits-testing-clothing.html>

2.2. Rastuća popularnost buvljaka u svijetu i sociokulturni faktori prilikom kupnje

Buvljaci su većinom otvorene tržnice na kojima se prodaju antikviteti, kolekcionarski predmeti, odjeća i rukotvorine. Izraz “buvljak” izravan je prijevod francuske fraze “marche aux puces”, što doslovno implicira da neki namještaj, rabljena odjeća i drugi predmeti mogu biti zaraženi buhama.³⁶ Jedan od razloga popularnosti buvljaka je to što nude jedinstveno iskustvo kupnje. U tradicionalnim trgovinama su artikli uredno izloženi na policama, dok su buvljaci često nepredvidljivi i drugačije izloženi što povećava uzbuđenje iskustva zbog neizvjesnosti pronalaska (odjevnih) predmeta. Ekonomski status jedan je od sociokulturnih čimbenika koji može utjecati na buvljake jer oni mogu postati vitalnim izvorom pristupačne robe i načina na koji ljudi mogu zaraditi prodajom. S druge strane, ako je zajednica imućnija, buvljaci se mogu smatrati mjestom na kojem se mogu pronaći unikatni, *vintage* ili ručno izrađeni predmeti. Drugi faktor je kulturna raznolikost zajednice; buvljaci mogu biti mjesto gdje se ljudi iz različitih sredina okupljaju kako bi prodavali i/ili kupovali raznovrsne artikle različitih kulturnih pozadina. Jedan od razloga popularnosti kupnje na buvljacima čine potencijalne povoljne cijene, mogućnosti pregovaranja o cijeni jer je krajnji cilj smanjenje otpada prodajom upotrebljenih stvari. Lokalni propisi i zakoni mogu imati značajan utjecaj na funkcioniranje buvljaka. Neki gradovi i mjesta imaju stroge propise o tome gdje i kada buvljaci mogu raditi što može utjecati na broj prodavača, vrste prodanih artikala i cjelokupnu atmosferu na tržištu. Neki od najpoznatijih buvljaka u svijetu su: Otavalo Market u Ekvadoru, Portobello Road u Engleskoj, Grand Bazaar u Turskoj, Rose Bowl Flea Market u Kaliforniji, Les Puces de Saint-Ouen u Francuskoj, Damnoen Saduak Floating Market na Tajlandu, Brooklyn Flea u New Yorku, Mercantile u Španjolskoj, Monastiraki Flea Market u Grčkoj i Colaba Causeway u Indiji.³⁷ Buvljaci su 2018. godine činili industriju vrijednu 30 milijardi američkih dolara. U SAD-u je tada postojalo otprilike 1100 buvljaka, koje svake godine posjeti više od 150 milijuna kupaca, a te platforme pružaju poslovne prilike za približno 2,25 milijuna dobavljača, odnosno prodavača.³⁸

³⁶ Hollis Flea Market, *Flea Market History*, https://www.hollisflea.com/flea_market_history.html

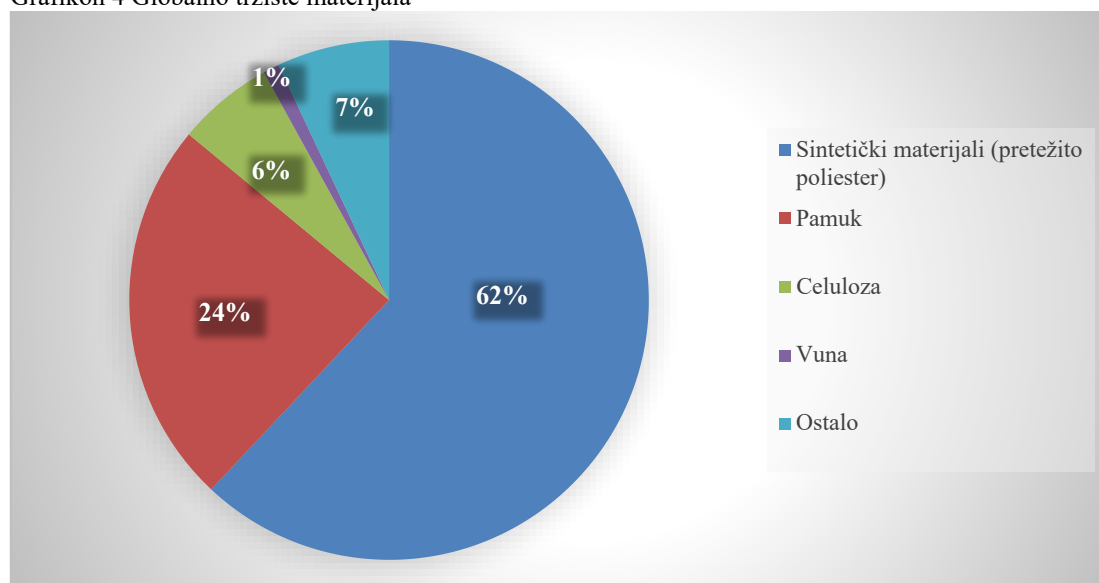
³⁷ Insider, *10 most famous flea markets to visit in your lifetime*, <https://www.businessinsider.com/10-most-famous-flea-markets-to-visit-in-your-lifetime-2017-6>

³⁸ ColoradoBiz Magazine, *The Staying Power of the Flea Market*, <https://www.cobizmag.com/the-staying-power-of-the-flea-market/>

2.3. Korišteni materijali prilikom izrade novih odjevnih predmeta

Proces izrade odjeće ovisi o vrsti odjavnog predmeta, korištenim materijalima i načinu proizvodnje, a koraci u izradi odjeće su: dizajniranje, odabir materijala, rezanje u odgovarajuće komade tkanine, šivanje, doradivanje, kontrola kvalitete i distribucija. Tradicionalni materijali poput pamuka, lana i kože dobivaju se od biljaka i životinja, no većina odjeće izrađena je od materijala i kemikalija dobivenih iz sirove nafte na bazi fosilnih goriva.³⁹ Ukupno je devet vrsta sirovina korištenih za izradu odjeće, a prvi na listi su sintetički materijali. Procijenjeno je da 62% svih vlakana korištenih u modnoj industriji dolazi od sintetičkog materijala, pretežno poliester, zatim najlona, akrila, polipropilena i elastina. Semi-sintetički materijalima smatraju se materijali napravljeni od biljaka poput rajona, viskoze i bambusa, tretirani kemikalijama i kemijskim procesima. Prema procjenama, godišnja stopa rasta globalnog tržišta sintetičkih vlakana narast će za 7.39% u razdoblju od 2021. do 2025. godine.⁴⁰

Grafikon 4 Globalno tržište materijala



Izvor: izrada autora prema podacima s web stranice Common Objective, *What Are Our Clothes Made From?*, <https://www.commonobjective.co/article/what-are-our-clothes-made-from>

³⁹ Common Objective, *What Are Our Clothes Made From?*, <https://www.commonobjective.co/article/what-are-our-clothes-made-from>

⁴⁰ Common Objective, *Synthetics & Sustainable Synthetic Fibres*, <https://www.commonobjective.co/article/synthetics-sustainable-synthetics-global-production>

Jedno od najstarijih korištenih vlakana i najvažniji neprehrambeni usjev je pamuk. Pamuk čini oko 24% ukupne upotrebe vlakana na globalnoj razini oko 26,2 milijuna tona, a na prvom mjestu nalaze se sintetičke alternative.⁴¹ Celulozna vlakna dobivaju se derivacijom iz prirodnih resursa kao što su bambus i drveće, drobljenjem, pretvaranjem u pulpu i pretvaranjem u vlakna. Najčešće celulozno vlakno je viskoza koja svojstvima podsjeća na svilu. Vuna je tradicionalno vlakno u hladnijim regijama, na globalnom tržištu zauzima oko 1%. Oko 1,155.000.000 kilograma čiste, sirove vune godišnje dobije se od 1,177 milijardi ovaca što otprilike čini manje od jednog vunenog džempera po osobi godišnje za svakoga na planeti. Svila je tkanina dobivena od pripitomljene vrste dudovog svilca zvanog Bombyx Mori. Oko 110.000.000 milijuna svile proizvedeno je u 2020. u više od 60 zemalja, posebice u Kini, Indiji, Uzbekistanu, Brazilu, Japanu, Koreji, Tajlandu i Vijetnamu.⁴² Koža je jedna od najstarijih oblika materijala korištena za odjeću, obuću i modne dodatke. Više od polovice svjetske ponude kožnih sirovina dolazi iz zemalja u razvoju, a Kina je dominantni kupac i prerađivač. Stabljična vlakna poput lana, konoplje i koprive tradicionalan su izvor koji su ljudi koristili tisućama godina. Spomenuta vlakna se nalaze u unutarnjem sloju kore biljke između drvenaste jezgre i vanjskog sloja. Na tržištu se nalaze eksperimentalna vlakna dobivena derivacijom gljiva, ananasa ili mlijeka. Materijal dobiven od micelija⁴³ nije toksičan, vodootporan je i biorazgradiv zbog čega se proslavila tvrtka MycoTEX. Piñatex® je napravljen od vlakana iz otpadnog lišća biljke ananasa, a Qmilk je njemačka tvrtka poznata po mliječnom pamuku napravljenog od kazeinskih vlakana kojima stvara uvjete za potpuno organski materijal. Metali, plastika, drvo i slični materijali koriste se za izradu zatvarača, dugmadi, kopči. Njihova godišnja proizvodnja vrijedi 13 milijardi američkih dolara.⁴⁴

⁴¹ Common Objective, *Cotton and Sustainable Cotton: Key World Commodity*, <https://www.commonobjective.co/article/fibre-briefing-cotton>

⁴² TextileExchange, *Preferred Fiber & Materials*, Market Report 2021

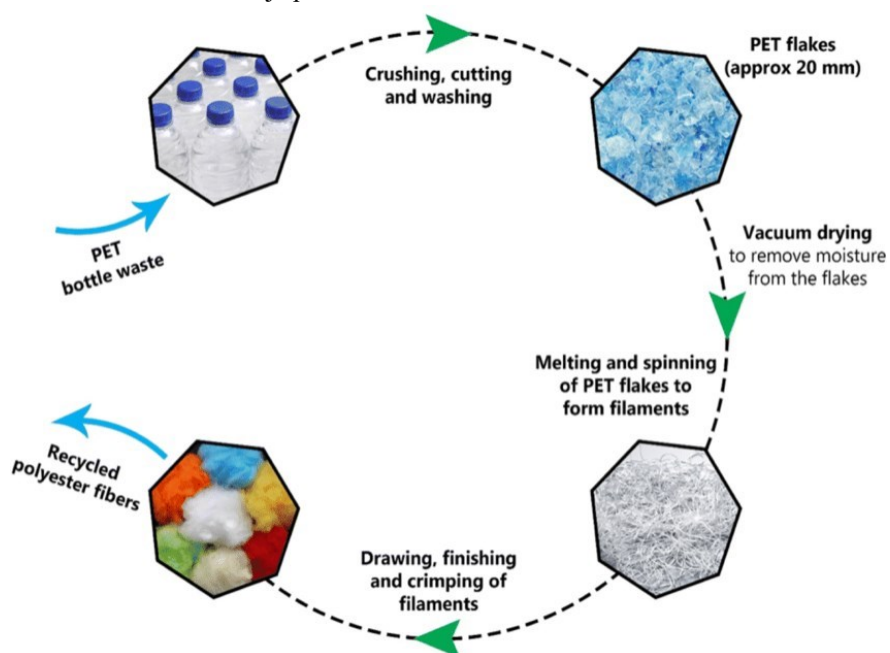
⁴³ nitasto, razgranato tijelo većine gljiva.

⁴⁴ Business of Fashion, *The \$13 Billion Zipper Wars*, <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/the-13-billion-zipper-wars/>

2.3.1. Poliester kao najčešće korišteno sintetičko vlakno

Fosilna goriva ključna su sastavnica sintetičkih vlakana, odnosno poliester, najlona, elastina i akrila. Sintetička vlakna napravljena su od plastike pomoću fosilnih goriva, materijala vezanih uz pojmove *skinny* traperica, *yoga* hlača, veganske “vune” ili lažne kože. Najpoznatiji materijal je poliester, sintetičko vlakno nastalo 1935. u znanstvenom laboratoriju kao alternativa prirodnim vlaknima za vojnu upotrebu. Nekoliko je tipova plastičnih polimera, a najpoznatiji je polietilen tereftalat (PET) koji se nalazi u plastičnim bocama vode. Poliester se dobiva grijanjem plastike i tiskanjem kroz spinere kojima se dobiju dugi filamenti koji tvore pređu, a pletenjem pređe dobiva se tkanina. Poliester se može naći u nekoliko oblika: šifon, samt, saten, mikrovlakna, *faux* fliš i u kombinaciji prirodnih vlakana poput pamuka. Poliester je izdržljiv materijal, prilagodljiv, otporan na blijedenje, gužvanje i mrlje. Čisti, 100%-tni poliester može biti recikliran jedanput ili dvaput jer se vlakna degradiraju tijekom procesa recikliranja i moraju biti kombinirani s novim vlaknima za stvaranje tkanine. Prema izvješću Instituta za okoliš u Stockholmu iz 2010. godine, reciklirani poliester zahtijeva više utrošene energije nego prirodna vlakna jer ga je potrebno iznova izbjeljivati i bojati kako bi se dobila ujednačena boja.⁴⁵

Slika 7 Proces recikliranja poliesterskih vlakana



Izvor: Sadeghi, Banafsheh, Marfavi, Aliakbari, Kowsari, *Process of producing recycled polyester fibers from R-PET*, str. 9

⁴⁵ Stockholm Environment Institute, *Godišnje izvješće 2010.*, str. 5

Recikliranje poliesterskih vlakana iz polietilen teraftalata (PET) počinje prikupljanjem plastičnih boca, zatim drobljenjem, rezanjem i pranjem dobivenih PET ljuskica (20 mm veličine). Sušenjem tih ljuskica uklanja se vlaga, a topljenjem i pređenjem dobivaju se niti. Na kraju se stvara grafički prikaz, uređuju detalji i krpaju niti kako bi se dobila reciklirana poliesterska vlakna.

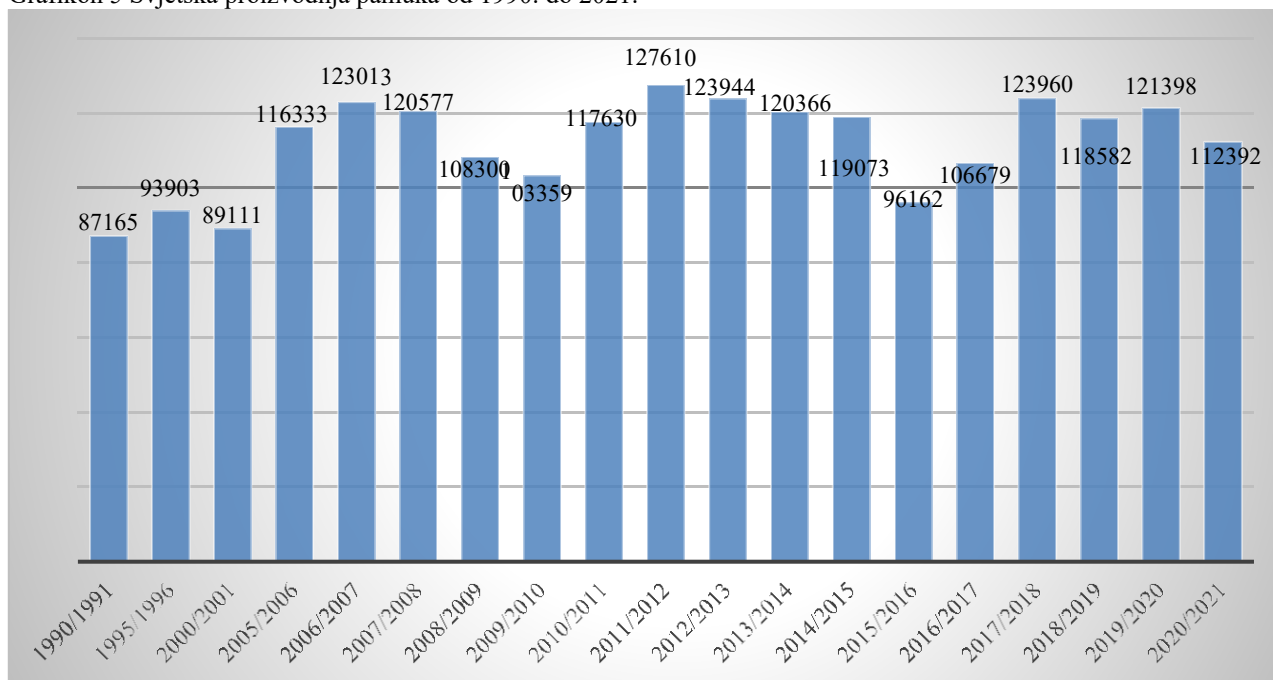
2.3.2. Pamuk – (ne)poželjan materijal

Zbog tople klime i plodnog tla, dobre uvjete za uzgoj pamuka imaju afričke zemlje poput Egipta, Benina, Burkine Faso. Usjevi pamuka bitan su dio gospodarstva istočne i srednje Afrike jer ostvaruju najviše prihoda od izvoza pamuka. Prema novim podacima, najveći proizvođač pamuka na svijetu je Indija s godišnjom proizvodnjom od 6,188.000 tona pamuka, zatim Kina s 6,178.318 tona, SAD s 3,593.00 tona i Pakistan s 2,374.481 tona.⁴⁶ U SAD-u, ako je proizvod proizveden prema USDA organskom standardu, ne sadrži sintetičke kemikalije (uz par iznimki) i sjeme koje nije genetski modificirano. Potrebno je najmanje tri godine da farma postane certificirana, proces dobivanja certifikata košta oko 1500 američkih dolara, a uvjeti su višegodišnji zapisi o korištenju zemljišta koji pokazuju da se nisu koristili zabranjeni herbicidi ili insekticidi kao dokaz da je tlo “čisto”. Nakon tri godine i jednog dana, što god se uzgaja na toj zemlji može biti certificirano kao organsko.⁴⁷ Postoji nekoliko vrsta pamuka, uključujući planinski pamuk, pima pamuk i egipatski pamuk. Planinski pamuk najčešća je vrsta pamuka i koristi se za izradu širokog spektra proizvoda. Pima pamuk je kvalitetniji pamuk poznatog po čvrstoći i mekoći, često se koristi u luksuznom tekstilu. Egipatski pamuk je prozračniji i bolje upija vlagu od običnog pamuka. Pamuk je izdržljivi hipoalergen i vlakno s mnogim prednostima kao što su mekoća i prozračnost.

⁴⁶ Atlas Big, *World's top Cotton Producing Countries*, <https://www.atlasbig.com/en-us/countries-cotton-production>

⁴⁷ Bédard, *Unraveled: The Life and Death of a Garment*, str. 16

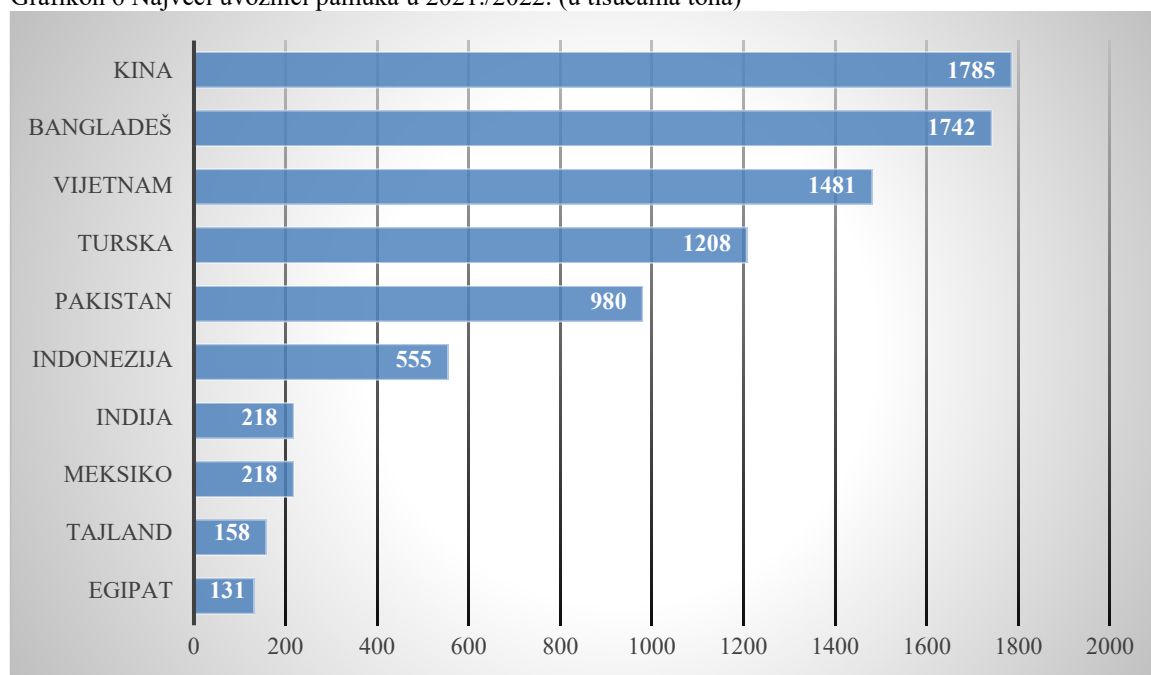
Grafikon 5 Svjetska proizvodnja pamuka od 1990. do 2021.



Izvor: izrada autora prema podacima s <https://www.statista.com/statistics/259392/cotton-production-worldwide-since-1990/>

Podaci o svjetskoj proizvodnji pamuka mjereni su u balama pamuka gdje svaka bala iznosi 217 kilograma. U periodu od 1990. do 2021. godine, najviše pamuka na svjetskoj razini proizvelo se 2010./2011. godine, točnije 127.610 milijuna bala pamuka od 217 kilograma. Najmanje pamuka proizvedeno je 1990./1991. godine s 87.165 milijuna bala pamuka.

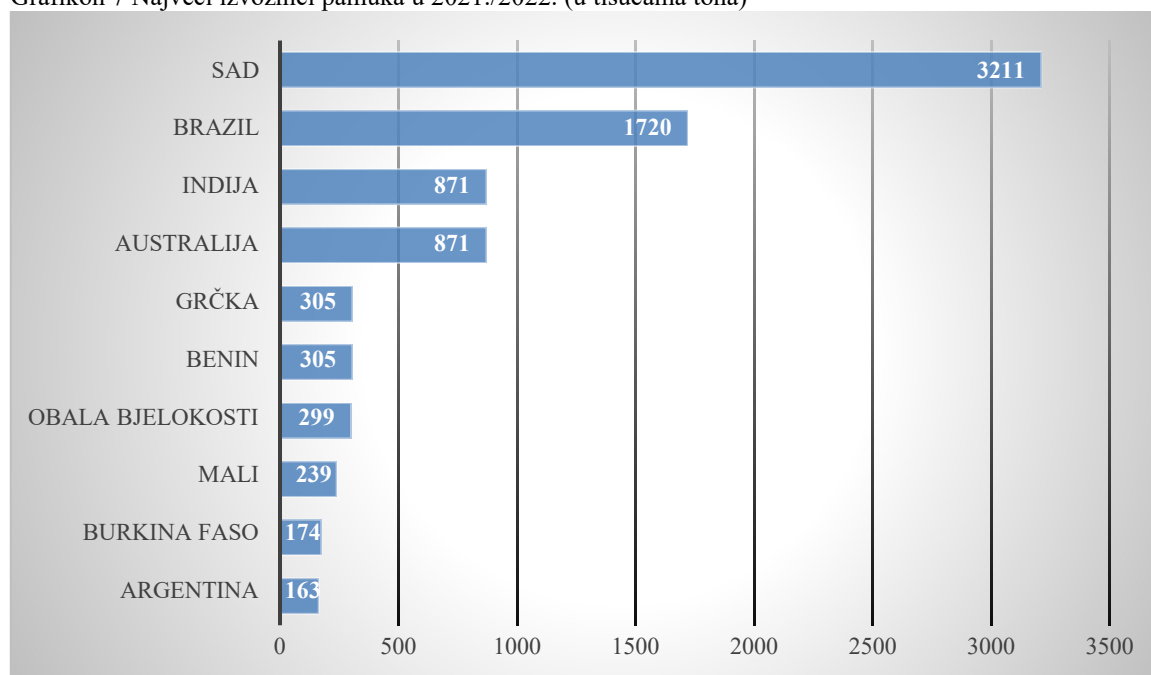
Grafikon 6 Najveći uvoznici pamuka u 2021./2022. (u tisućama tona)



Izvor: izrada autora prema podacima s <https://www.statista.com/statistics/191896/leading-cotton-importing-countries/>

Najveći uvoznik pamuka u 2021./2022. bila je Kina s 1.785 tisuća tona pamuka, a najmanji Egipat sa 131.-om tisućom tona pamuka. Bangladeš se nalazi ispod Kine s 1.742 tisuće tone, Vijetnam s 1.481 tisućom tona, a Turska s 1.208 tisuća tona. U Pakistan je uvezeno 980 tisuća tona pamuka, a u Indoneziju 555 tisuća tona. U Indiju i Meksiko uvezeno je 218 tisuća tona pamuka, a u Tajland 158 tisuća tona.

Grafikon 7 Najveći izvoznici pamuka u 2021./2022. (u tisućama tona)



Izvor: izrada autora prema podacima s <https://www.statista.com/statistics/191895/leading-cotton-exporting-countries/>

Najveći izvoznik pamuka u 2021./2022. je SAD s 3.211 tisuća tona pamuka, a najmanje pamuka izvezeno je iz Argentine, točnije 163 tisuće tona. Upola manje pamuka izvezeno je iz Brazila (1.720 tisuća tona), zatim iz Indije i Australije s 871 tisuće tona. Iz Grčke i Benina izvezeno je 305 tisuća tona, iz Obale Bjelokosti 299 tisuća tona, a iz Malija 239 tisuća tona. Burkina Faso izvozila je 174 tisuće tona pamuka.

Proizvodnja jednog kilograma pamuka iziskuje 10.000 litara vode.⁴⁸ Za proizvodnju jedne pamučne majice, potrebno je 2.700 litara vode ili 1.250 litara za jedan par traperica uzevši u obzir cjelokupni proces, od proizvodnje pamuka do dospijea u trgovinu. U Europi, Grčka je glavni uzgajivač pamuka s 80% površine za uzgoj pamuka, slijedi je Španjolska (regija Andalucía) s udjelom od 20%. Pamuk predstavlja manje od 0.2% vrijednosti europske poljoprivredne proizvodnje, no ima regionalnu važnost za Grčku i Španjolsku. Tržište EU potpuno je otvoreno jer nema uvoznih carina na pamuk.⁴⁹ Složena godišnja stopa rasta europskog tržišta pamukom iznosi 4,91% prema procjeni provedene studije za period od 2018. do 2028. godine. Bazna godina studije je 2022., a za 2023. predviđena je vrijednost

⁴⁸ The World Counts, *Tons of water used in cotton production*, <https://theworldcounts.com/challenges/consumption/clothing/cotton-farming-water-consumption>

⁴⁹ Europski parlament, *Cotton*, https://agriculture.ec.europa.eu/farming/crop-productions-and-plant-based-products/cotton_en

od 7.70 milijardi američkih dolara koja bi se do 2028. mogla popeti na 9.79 milijardi američkih dolara.⁵⁰

2.3.3. Razlika između recikliranog i organskog materijala

Reciklirano i organsko dva su različita pristupa održivosti u proizvodnji tekstila i odjeće; reciklirani materijali izrađeni su od postojećih materijala koji se skupljaju, sortiraju i obrađuju za stvaranje novih tekstila, a organski materijali izrađeni su od prirodnih vlakana uzgojenih bez upotrebe sintetičkih pesticida, herbicida ili gnojiva. Recikliranjem se otpad smanjuje, a za stvaranje novog tekstila potrebno je manje resursa. Reciklirani materijali mogu se izraditi iz različitih izvora, kao što je otpad nakon upotrebe (reciklirane plastične boce) ili otpad prije upotrebe (ostaci tkanine iz proizvodnje). Proces recikliranja može zahtijevati energiju i vodu, a kvaliteta dobivenog tekstila varira ovisno o izvoru i metodama obrade.

Organska proizvodnja promiče zdravo tlo i biološku raznolikost. Organski materijali mogu uključivati pamuk, vunu, konoplju i druga biljna ili životinjska vlakna. Praksa organskog uzgoja može zahtijevati više zemlje, vode i rada u usporedbi s konvencionalnim uzgojem, a dobiveni tekstil može biti skuplji.

Slika 8 Strategija "tri petlje" tvrtke Adidas



Izvor: The Sport-Inspiration Magazine, *Climate neutral by 2050: This is Adidas' sustainability plan*, <https://www.ispo.com/en/companies/adidas-sustainability-plan-climate-neutral-2050>

⁵⁰Mordor Intelligence, *Europe Cotton Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2023 - 2028)*, <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/europe-cotton-market>

Adidasova strategija „tri petlje“ odnosi se na postizanje klimatske neutralnosti do 2050. godine uz recikliranje, cirkularni pristup i obnavljajući, regenerativni pristup. Reciklirana petlja odnosi se na zamjenu plastike s recikliranom plastikom, cirkularni pristup na upotrebu proizvoda koji se mogu direktno reciklirati nakon što se istroše i regenerativni pristupom kojim se upotrebljeni materijali na kraju svog životnog vijeka, mogu vratiti u prirodu (stanice ili proteini).⁵¹ Razvoj strategije je u primjeni uz reciklirani i cirkularni pristup, a regenerativni pristup je u procesu primjene.

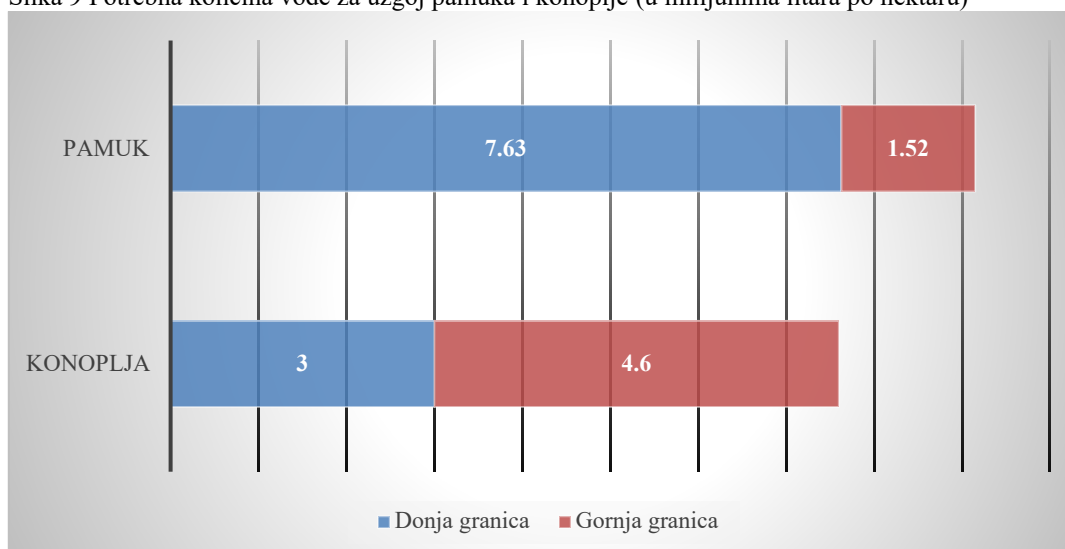
2.3.4. “Najčišći” materijali

Termin “najčišći materijal“ je sinonim za materijal koji ne iziskuje velike količine pesticida, herbicida, vode i energije. Većinom se radi o organskim materijalima i ponekim recikliranim. Organski i obični lan obično ne sadrže pesticide i kemikalije, zahtijevaju manje vode i nije potreban kemijski proces u proizvodnji. Jedan od „najčišćih materijala“ je liocel (Tencel), održivi oblik rajona čija proizvodnja zahtijeva manje vode i energije za proizvodnju, biorazgradiv je i smatra se jednim od ekološki najprihvatljivijih vlakana zbog mogućnosti “beskonačne” ponovne uporabe. Liocel vlakna nastala su pod imenom Tencel™ vlakna 1980-ih godina u Ujedinjenom Kraljevstvu.⁵² Uzgoj konoplje zahtijeva malo vode, brzo raste, ne sadrži štetne pesticide i zauzima manju površinu prilikom uzgoja. Korijenje konoplje prodire duboko u tlo, usjev raste na istoj zemlji desetljećima bez značajnog iscrpljivanja tla.

⁵¹ The Sport-Inspiring Magazine, *Climate neutral by 2050: This is Adidas' sustainability plan*, <https://www.ispo.com/en/companies/adidas-sustainability-plan-climate-neutral-2050>

⁵² Ozipek i Karakas, *Advances in Filament Yarn Spinning of Textiles and Polymers*, str. 15

Slika 9 Potrebna količina vode za uzgoj pamuka i konoplje (u milijunima litara po hektaru)



Izvor: izrada autora prema podacima iz članka Duque, Pequito, i Pazour, *Industrial Hemp Fiber: A Sustainable and Economical Alternative to Cotton*, str. 9

Prema istraživanju iz 2020., donja granica vode potrebne za uzgoj pamuka je 2.5 puta veća nego što je za uzgoj konoplje. Pomoću jednadžbe, izračunate su tri vrste troška vode za uzgoj konoplje i pamuka u 2018. godini.

Tablica 1 Usporedba troškova vode za uzgoj pamuka i konoplje

| Trošak vode za uzgoj konoplje i pamuka u 2018. (\$/ha) | | | |
|---|------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Vlakno | Visoki trošak (\$/ha) | Srednji trošak (\$/ha) | Niski trošak (\$/ha) |
| Konoplja | 1.967,55 | 1.372,11 | 776,76 |
| Pamuk | 2.368,83 | 2.172,08 | 1.975,32 |

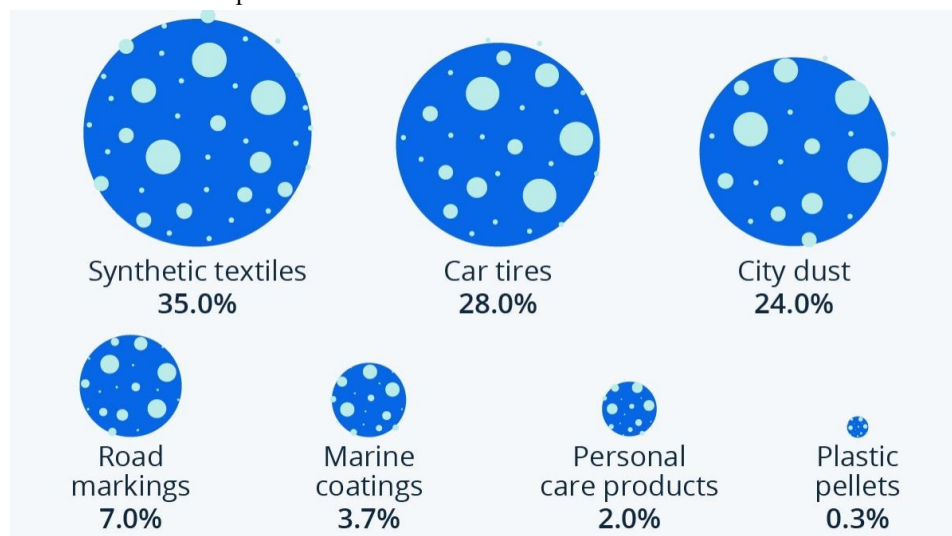
Izvor: izrada autora prema podacima Iz članka članka Duque, Pequito, i Pazour, *Industrial Hemp Fiber: A Sustainable and Economical Alternative to Cotton*, str. 9

Visoki trošak vode za konoplju iznosio je 1.967,55\$ po hektaru, a za pamuk 2.368,83\$ po hektaru. Srednji za konoplju iznosio je 1.372,11\$/ha i za pamuk 2.172,08\$/ha. Niski trošak za konoplju bio je 776,76\$/ha i 1.975,32\$/ha za pamuk.

2.4. Mikroplastika i pranje odjeće

Svake godine proizvede se približno 400 milijuna tona plastike i predviđa se udvostručenje do 2050.⁵³ Univerzalna i široka upotreba plastike znači da je mikroplastika široko rasprostranjena u okolišu; mikroplastika je pronađena u hrani, vodi i zraku.⁵⁴ Odjeća napravljena od sintetičkog materijala prilikom svakog pranja ispušta mikroplastiku, mikrovlakna manja od 5 milimetara, u otpadne vode. Rezultati istraživanja pokazali su da količina oslobođenih mikrovlakana tijekom pranja iznose od 124 do 308 miligrama po kilogramu oprane tkanine, ovisno o vrsti odjevnog predmeta.⁵⁵ U 2021.godini, Grundig tvrtka na tržište je plasirala perilicu rublja s integriranim filterom s tehnologijom FiberCatcher™ pomoću koje se hvata do 90% mikrovlakana kada se koristi sintetičko pranje rublja.⁵⁶ Smanjenju mikroplastike u okolišu, doprinose: upotreba filtrol filtera⁵⁷, Guppyfriend vrećica za pranje rublja, korištenje ekološki prihvatljivih deterdženata, pranje pune perilice rublja, sušenje odjeće na suncu...

Slika 10 Izvori mikroplastike u oceanu



Izvor: Statista, *Where the ocean's microplastics come from*, <https://www.statista.com/chart/17957/where-the-oceans-microplastics-come-from/>

⁵³ UN environment programme, <https://unep.org/interactive/beat-plastic-pollution/>

⁵⁴ Lim, XiaoZhi, *Microplastics are everywhere - but are they harmful?*, str. 22-25

⁵⁵ De Falco, Francesca, Di Pace, Cocca, Avella, *The contribution of washing processes of synthetic clothes to microplastic pollution*, str. 6

⁵⁶ Grundig, *World's 1st Integrated Microfiber Filter*, <https://www.grundig.com/fibercatcher>

⁵⁷ patentirani filter za višekratnu upotrebu koji se pričvršćuje na odvodno crijevo perilice rublja i uklanja mikrovlakna.

Najveći udio mikroplastike dolazi od sintetičkih materijala, odnosno 35%, drugi najveći udio imaju automobilske gume s 28% kao posljedice erozije tijekom vožnje. Gradska prašina čini 24% udjela, oznake na cesti 7%, brodski premazi 3.7%, proizvodi za osobnu njegu 2% i plastični peleti 0.3%.⁵⁸

2.5. Nostalgija za prošlošću kroz modu i prenošenje tradicije

Nostalgija za prošlošću kroz modu je prihvaćanje stilova i trendova iz prethodnog doba. Moda je oblik samoizražavanja i način povezivanja s osobnom poviješću ili kulturnom poviješću određenog vremena. Nostalgiju za prošlošću kroz modu mogu potaknuti i kulturni trendovi. Zanimanjem za modu 90-ih, prihvaćaju se *chunky* tenisice, *oversized* traper jakne i karirane suknje kojom se generacije povezuju sa svojom mladošću i pop kulturom tog doba. Za generaciju Z⁵⁹, modni trendovi neprestano se razvijaju i nalaze se pod utjecajem društvenih medija poput TikToka i Instagrama, pop kulture i tehnologije. Modni članci su počeli su se osvrtnati na vraćanje popularnosti Y2K mode, odnosno mode 2000-ih godina, ere Britney Spears, kopčica s leptirićima, trapericama niskog struka i trapera. Moda se kreće u dvadesetogodišnjim ciklusima ili kada se pojavi nostalgija za djetinjstvom; pop kultura 1970-ih oživjela je 1950-e u obliku TV emisija *Happy Days* i *M*A*S*H* te mjuzikla *Grease*. Riječima Rebecce Jennings, više dopisnice za Vox, „petlja nostalgije se ubrzala za puno više od dvadeset godina“.

Njemačko-američka suvremena umjetnica Linda Friedman Schmidt tvrdi da je “odjeća emocionalni pokretač koji nosi, pohranjuje i bilježi pamćenje, dočarava taktilno pamćenje, potiče osjetilno i emocionalno pamćenje. Njegov blizak kontakt s tijelom daje mu mogućnost čuvanja osobnih i intimnih priča iz prošlosti. Nošena odjeća predstavlja tragove proživljenih života; živi sa svime čemu je svjedočio, izaziva duboke osjećaje, može ispričati priče iz stvarnog života.”⁶⁰ Prenošnje tradicije kroz modu način je očuvanja kulturne baštine i njezinog prenošenja s generacije na generaciju. Različite kulture imaju jedinstvene stilove odjeće, uzorke i tkanine koji se prenose stoljećima, a nošenje tradicionalne odjeće način je odavanja počasti i slavljenja kulturnog identiteta. U Indiji, žene često nose haljinu zvanu

⁵⁸ Statista, *Where the Ocean's Microplastics Come From*, <https://www.statista.com/chart/17957/where-the-oceans-microplastics-come-from/>

⁵⁹ generacija koja obuhvaća godine rođenja od 1997. do 2012. godine.

⁶⁰ Linda Friedman Schmidt, *Clothing and Memory*, <https://www.lindafriedmanschmidt.com/clothing-and-memory/>

sari, tradicionalni komad odjeće ogrnut oko tijela na poseban način, u različitim materijalima, bojama i uzorcima. U Japanu je *kimono* tradicionalni odjevni predmet koji se često nosi u posebnim prilikama, kao što su vjenčanja i festivali. Simbol je japanske kulture i umijeća, a njegovi kompleksni dizajni i uzorci prenose se s koljena na koljeno. Tradicionalna nošnja izražava identitet kroz nošnju, koja se obično povezuje s zemljopisnim područjem ili vremenskim razdobljem u povijesti. Može označavati društveni, bračni ili vjerski status. Ako se nošnja koristi za predstavljanje kulture ili identiteta određene etničke skupine, obično je poznata kao etnička nošnja.⁶¹ Narodne nošnje i folklor odraz su društvene i kulturne posebnosti Hrvata. Nošenjem tradicionalne odjeće, ljudi se povezuju sa svojim korijenima i prenose svoje običaje i tradiciju budućim generacijama. Prenosjenje tradicije u modi dolazi u različitim oblicima poput implementiranja materijala poput indonezijskog materijala *batika*, korištenja tradicionalnih stilova (jakna inspirirana izgledom *kimona*), upotrebe tradicionalnih tehnika vezenja kao što je *zardozi*⁶² koja se može koristiti za stvaranje suvremenih dizajna.

2.6. Etičnost i radni uvjeti u modnoj industriji

24. travnja 2013., u Dhaki u Bangladešu urušila se zgrada Rana Plaza s pet tvornica odjeće gdje je izgubljeno 1.132 života i ranjeno više od 2.500, od kojih su 80% žene u dobi od 18 do 24 godine.⁶³ Spomenuta nesreća skrenula je pažnju na pitanje kvalitete radnih uvjeta i standarda zaštite u proizvodnji odjeće. Masovna proizvodnja iziskuje manjak kvalitete radnih uvjeta, odjeće i smanjenje troškova proizvodnje za povećanje profita. Termin „brze“ mode označava kolekciju odjeće baziranu na najnovijim modnim trendovima, jeftino proizvedenim u kratkom vremenskom periodu što karakterizira agilne opskrbe lance, sustave brze reakcije i prekomjernu potrošnju.⁶⁴ Modna industrija jedna je od industrija koje najviše ovise o radu jer svaki komad odjeće mora biti ručno izrađen u opskrbnom lancu s

⁶¹ Al-Shehri i Al Dabbagh, *Effectiveness of Incorporation Traditional Costumes into Educational Curriculum to Enhance Students' Awareness of Their Heritage*, str. 15

⁶² perzijska tehnika vezenja.

⁶³ International Labour Organization, *The Rana Plaza disaster ten years on: What has changed?* <https://www.ilo.org/infostories/en-GB/Stories/Country-Focus/rana-plaza>

⁶⁴ Del Rocío Bonilla, Del Olmo Arriaga i Andreu, *The interaction of Instagram followers in the fast fashion sector: The case of Hennes and Mauritz (H&M)2.*, str. 342–357

nekoliko milijuna radnika (pretežito žena) u proizvodnji odjeće.⁶⁵ Izvješće Oxama iz 2019., pokazao je da 0% bangladeških radnika i 1% vijetnamskih radnika u proizvodnji odjeće ne zarađuje dovoljno za osnovne životne potrebe.⁶⁶ Dolaskom COVID-19 pandemije, radnicima su uskraćene plaće, došlo je do pitanja sigurnosti posla i intenzivnog rada, a odnosilo se na radnike koji su proizvodili odjeću za 16 internacionalnih brendova: Carter's Inc., Hanesbrands, H&M, Levi Strauss & Co., LIDL, L Brands, Matalan, Mark's Work Warehouse, Next, New Look, Nike, PVH, River Island, Sainsbury's, s.Oliver i The Children's Place. Spomenuti brendovi su u drugoj polovici 2020. ostvarili profit od više od 10 milijardi američkih dolara.⁶⁷ ITAA (eng. *International Textile and Apparel Association*) etički kodeks odnosi se na podržavanje najviših pravnih, etičkih i moralnih standarda. ITAA za cilj ima djelovati na takav način da promiče učenje i rast, unapređuje osobnu i profesionalnu čast, integritet i dostojanstvo profesije.⁶⁸

2.7. Što se događa s odjećom koja se donira “brzoj” modi?

Dokumentarac njemačke novinarske agencije Deutsche Welle “The truth behind fast fashion - Are fashion retailers honest with their customers?” iz 2021., obradio je tematiku recikliranja odjeće, otpadu, masovnoj proizvodnji i posljedicama; veliki postotak odjeće baca se na odlagališta ili završava u zemljama poput Bugarske, gdje se odjeća koristi kao sirovina za ogrjev zbog oštrog zima. Odjeća koja se spaljuje većinom je od poliestera (70%), sadrži boje i printove koji nisu sigurni za spaljivanje. Prema Agenciji za zaštitu okoliša (eng. *Environmental Protection Agency*), oko 15% tekstilnog otpada na odlagalištima dolazi od odbačene odjeće koja nije nošena ni korištena.⁶⁹ Nakon što je odjeća donirana, prolazi kroz proces sortiranja. Dobrotvorne organizacije i *thrift* trgovine sortiraju donacije i odvajaju ih u kategorije "za prodaju", "za višekratnu upotrebu" i "neupotrebljive". “Odjeća za prodaju”

⁶⁵ Good On You, *The Impact of Fast Fashion on Garment Workers*, <https://goodonyou.eco/impact-fast-fashion-garment-workers/>

⁶⁶ Oxfam, *What She Makes*, <https://www.oxfam.org.au/what-she-makes/>

⁶⁷ Business & Human Rights Resource Centre, *Wage theft and pandemic profits: The right to a living wage for garment workers*, <https://www.business-humanrights.org/en/from-us/briefings/wage-theft-and-pandemic-profits-the-right-to-a-living-wage-for-garment-workers/>

⁶⁸ International Textile and Apparel Association, *Code of Ethics*, <https://itaaonline.org/page/Ethics>

⁶⁹ United States Environmental Protection Agency, *Facts and Figures about Materials, Waste and Recycling*, <https://www.epa.gov/facts-and-figures-about-materials-waste-and-recycling/textiles-material-specific-data>

ide u *thrift* trgovine, “odjeća za višekratnu upotrebu” dijeli se potrebitima, a “neupotrebljiva odjeća” ide u pogone za reciklažu tekstila. Oko 20% donirane odjeće u SAD-u prodaju se *thrift* trgovinama, a ostatak se prodaje tvrtkama za recikliranje tekstila ili se šalje u područja subsaharske Afrike, Južne Amerike i Kine.⁷⁰ Tvrtke za recikliranje tekstila sortiraju odjeću i razdvajaju u kategorije "krpe" i "krpe za brisanje" korištene za industrijsko čišćenje te "vlakna" za razgrađivanje i pretvaranje u novu odjeću. Prema izvješću Nacionalnog instituta za standarde i tehnologiju (SAD) iz 2022., oko 85% tekstilnog otpada na odlagalištima dolazi od odbačene odjeće.⁷¹

Tablica 2 Tone odbačene odjeće i obuće u SAD-u od 1960.-2018.

| | 1960. | 1970. | 1980. | 1990. | 2000. | 2005. | 2010. | 2015. | 2017. | 2018. |
|--------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Izrađeno | 1.760 | 2.040 | 2.530 | 5.810 | 9.480 | 11.510 | 13.220 | 16.060 | 16.890 | 17.030 |
| Reciklirano | 50 | 60 | 160 | 660 | 1.320 | 1.830 | 2.050 | 2.460 | 2.570 | 2.510 |
| Kompostirano | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Izgaranje s povratom energije | - | 10 | 50 | 880 | 1.880 | 2.110 | 2.270 | 3.060 | 3.170 | 3.220 |
| Deponirano | 1.710 | 1.970 | 2.320 | 4.270 | 6.280 | 7.570 | 8.900 | 10.540 | 11.150 | 11.300 |

Izvor: United States Environmental Protection Agency, *Facts and Figures about Materials, Waste and Recycling Textiles: Material-Specific Data*, <https://www.epa.gov/facts-and-figures-about-materials-waste-and-recycling/textiles-material-specific-data>

Tone proizvedene odjeće u SAD-u povećale su se za približno 17 puta od 1960. do 2018. godine. Reciklirana odjeća doživjela je porast 1990. na 660 tona, zatim na 1.320 tona odjeće. U periodu od 18 godina, recikliranja odjeća dosegla je brojku od 2.510 tona. Prema izvještaju EPA-e, od 1960. do 2018., nije zabilježena tonaža kompostirane odjeće u SAD-u. Izgaranje odjeće s povratom energije je 1970. iznosilo 10 tona, 2000. je iznosilo 1.880 tona, a 2018. zabilježeno je 3.220 tona odjeće. Deponirana tonaža odjeće se u periodu od 58 godina povećalo za 11 puta, točnije od 1.710 tona 1960. do 11.300 tona u 2018. godini.

Od 5,8 milijuna tona tekstila koje potrošači u EU odbace godišnje, četvrtina se reciklira. Prema organizaciji *Friends of the Earth Europe*, preostalih 4,3 milijuna tona je bačeno na odlagališta.⁷² Stope prikupljanja tekstilnog otpada u EU-u su otprilike 25%, s razlikama među državama članicama. Revizija EU Okvirne direktive o otpadu (Direktiva

⁷⁰ Fashionista, *What Really Happens to Your Clothing Donations?*, <https://fashionista.com/2016/01/clothing-donation>

⁷¹ Schumacher i Forster, *Facilitating a Circular Economy for Textiles – Workshop Report*, NIST Special Publication 1500-207, str. 14

⁷² Europska komisija, *Latest trend keeps clothes out of landfill*. op. cit.

2008/98/EZ) obvezuje države članice da odvojeno prikupljaju odbačeni tekstil do siječnja 2025. Trenutačno se manje od 1% tekstilnog otpada reciklira za izradu nove odjeću, a ono što se ne može ponovno upotrijebiti uglavnom se reciklira u industrijske krpe, spaljuje ili odlaže na odlagalište.

3. Održivi razvoj i održiva potrošnja

"Naša zajednička budućnost" je izvješće koje je objavila Svjetska komisija za okoliš i razvoj 1987. godine. Poznato kao Brundtlandovo izvješće, ono je nazvano po svojoj predsjednici, Gro Harlem Brundtland i predstavlja okvir za održivi razvoj. Izvješće naglašava da su gospodarski razvoj, društveni razvoj i zaštita okoliša međusobno povezani i da im se mora težiti zajedno kako bi se postigao održivi razvoj. Identificiralo je siromaštvo kao glavni uzrok i posljedicu degradacije okoliša te pozvalo na globalnu suradnju u rješavanju tih problema. Izvješće je uvelo koncept održivog razvoja definiranog kao "razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjosti bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje vlastite potrebe".

"Naša zajednička budućnost" utjecala je na Konferenciju Ujedinjenih naroda o okolišu i razvoju, također poznatu kao The Earth Summit održan u Rio de Janeiru 1992. The Earth Summit donio je nekoliko važnih međunarodnih sporazuma, uključujući Okvirnu konvenciju Ujedinjenih naroda o klimatskim promjenama i Konvenciju o biološkoj raznolikosti koja je imala za cilj rješavanje pitanja okoliša uz promicanje održivog razvoja. Održiva potrošnja odnosi se na obrazac potrošnje koji umanjuje utjecaje na okoliš, društvo i gospodarstvo što uključuje donošenje informiranih i odgovornih odluka o tome što se kupuje, kako se koristi i kako se odlaže.⁷³ Doprinosi postizanju ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih naroda (SDGs) i uključuje praksu smanjenja otpada, očuvanje energije, podržavanje lokalne proizvodnje.

3.1. Certifikati u modnoj industriji

Modni certifikati su certifikati trećih strana koji potvrđuju održivost i društvenu odgovornost modnih proizvoda i marki. Certifikacija se odvija kada ovlašteno neovisno tijelo provjeri, odnosno odobri legitimnost pridržavanja propisanih standarda. Potrošačima pružaju transparentne i pouzdane informacije o utjecaju koju odjeća ima na okoliš i društvo.

⁷³ Razum, Pandža Bajs i Zekić, *Analiza čimbenika održive potrošnje generacije Z u modnoj industriji*, str. 300

GOTS je vodeći svjetski standard za obradu tekstila za organska vlakna, uključujući ekološke i socijalne kriterije, potkrijepljen neovisnom certifikacijom cijelog lanca opskrbe tekstilom.⁷⁴ Konačni proizvodi s GOTS certifikatom mogu uključivati proizvode od vlakana, pređe, tkanine, odjeću, kućni tekstil, madrace, proizvode za osobnu higijenu i tekstil koji dolazi u dodir s hranom.⁷⁵ OEKO-TEX® STANDARD 100 jedna je od najpoznatijih oznaka za tekstil testirana na štetne tvari. Svaki dio artikla sa spomenutim standardom, svaka nit, gumb i drugi dodaci ispitani su na štetne tvari. Test provode nezavisni OEKO-TEX® partnerski instituti na temelju OEKO-TEX® kataloga kriterija gdje se u obzir uzimaju regulirane i neregulirane tvari, potencijalno štetne za ljudsko zdravlje.⁷⁶ EU Ecolabel je oznaka dodijeljena proizvodima i uslugama koji zadovoljavaju kriterije zaštite okoliša i učinkovitosti postavljene od strane Europske unije.⁷⁷ Oznaka je dostupna za širok raspon proizvoda i usluga, uključujući tekstil, proizvode za čišćenje, papir, uređaje i turistički smještaj. Uzima u obzir cijeli životni ciklus proizvoda ili usluge, od podrijetla sirovina do proizvodnje, upotrebe i odlaganja.⁷⁸ Cilj Fair Trade certifikata je stvaranje gospodarski prihvatljivih uvjeta i poštene trgovinske prakse za proizvođače u zemljama u razvoju, uz društvenu i ekološku održivost. Certifikat Fair Trade za modne proizvode dodjeljuje se odjeći i tekstilnim proizvodima koji zadovoljavaju određene kriterije poput brige za zajednicu u pogledu zdravstvenog i školskog sustava, korištenja organskih inputa ili inputa s manje kemikalija, odgovornog korištenja vode, smanjenja otpada, sigurnih radnih uvjeta i plaćenog rada koji može pokriti životne troškove.⁷⁹

3.2. Održiva proizvodnja

Održiva potrošnja i proizvodnja odnose se na princip „učiniti više i bolje s manje“. Radi se o odvajanju gospodarskog rasta od negativnog utjecaja na okoliš, povećanju učinkovitosti resursa i promicanju održivog načina života. Održiva potrošnja i proizvodnja odnose se na „upotrebu usluga i srodnih proizvoda koji odgovaraju osnovnim potrebama i doprinose

⁷⁴ Global Organic Textile Standard, *The standard*, <https://global-standard.org/the-standard>

⁷⁵ ibid.

⁷⁶ OEKO-TEX standard, *OEKO-TEX® STANDARD 100*, <https://www.oeko-tex.com/en/our-standards/oeko-tex-standard-100>

⁷⁷ Europska komisija, *EU Ecolabel Clothing and textiles / Textile products.*, op. cit.

⁷⁸ ibid.

⁷⁹ Fair Trade Certified, *What We Certify*, <https://www.fairtradecertified.org/what-we-do/what-we-certify/>

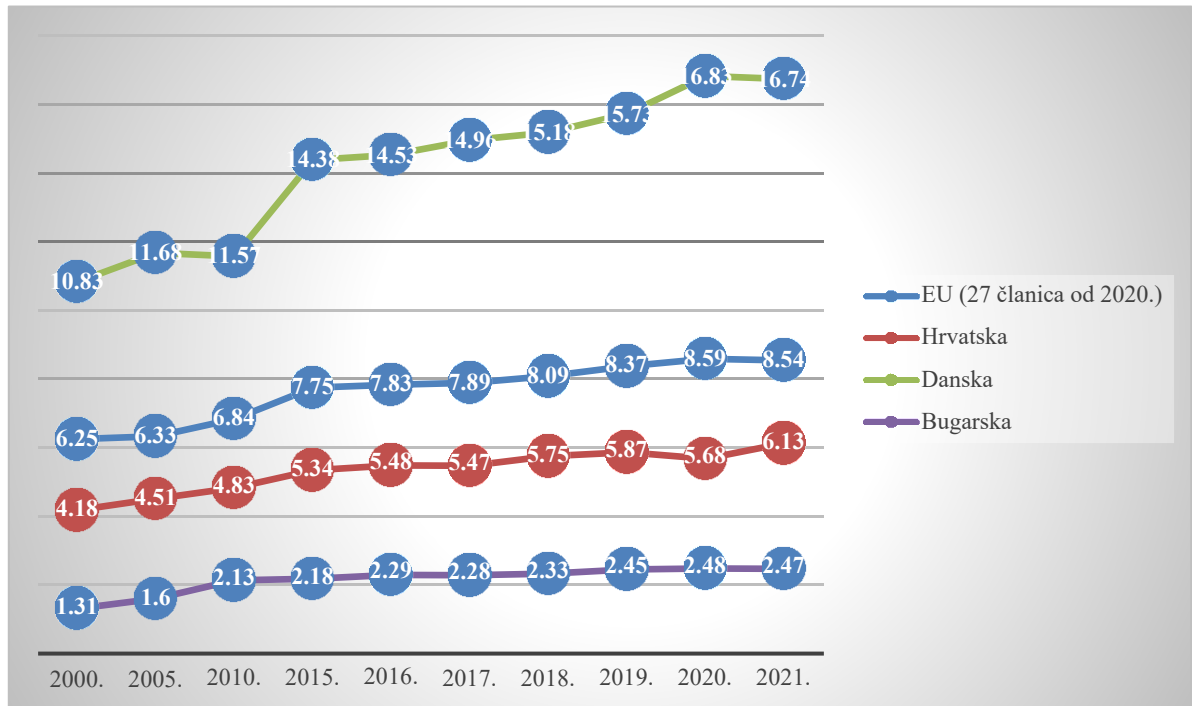
kvaliteti života uz smanjenje upotrebe prirodnih resursa i toksičnih materijala, emisija otpada i onečišćujućih tvari tijekom životnog ciklusa, usluge ili proizvoda kako se ne bi ugrozile potrebe budućih generacija”.⁸⁰ Za postizanje održive proizvodnje postoji nekoliko strategija koje se mogu primijeniti:

1. Korištenje održivih materijala što uključuje nabavu obnovljivih i netoksičnih materijala s manjim utjecajem na okoliš.
2. Energetska učinkovitost uključuje smanjenje količine energije koja se koristi tijekom proizvodnje i korištenje obnovljivih izvora energije kad god je to moguće. Primjeri uključuju korištenje energetske učinkovite opreme i implementaciju tehnologija obnovljive energije kao što su solarni paneli i vjetroturbine.
3. Smanjenje otpada što se odnosi na smanjenje količine otpada koji nastaje tijekom proizvodnje i osiguravanje pravilnog gospodarenja otpadom, a postiže se praksama odvajanja otpada, recikliranjem i kompostiranjem.
4. Održivi prijevoz koji uključuje korištenje održivih metoda prijevoza za dostavu proizvoda i materijala. Primjeri uključuju električna vozila i bicikle.
5. Društvena odgovornost uključuje osiguravanje da je proizvodni proces društveno odgovoran, uključujući poštene radne prakse, sigurne radne uvjete i odgovorno nabavljanje materijala.

Implementacija navedenih strategija podrazumijeva financijska ulaganja, interdiscipliniranost i kontinuitet. Održiva potrošnja obilježava poslovanje na ekološki prihvatljiv, društveno odgovoran i ekonomski održiv način.

⁸⁰ UN Programme Environment, *Sustainable consumption and production policies*, <https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/sustainable-consumption-and-production-policies>

Grafikon 8 Proizvodnja energije u EU, Hrvatskoj, Danskoj i Bugarskoj (2000.-2021.)



Izvor: izrada autora prema podacima s https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_07_30/default/table?lang=en

Pokazatelj mjeri količinu ekonomske proizvodnje proizvedene po jedinici bruto raspoložive energije. Bruto raspoloživa energija predstavlja količinu energetske proizvoda potrebnih za zadovoljenje cjelokupne potražnje subjekata na određenom geografskom području. Korištena jedinica mjere je euro po kilogramu ekvivalenta nafte. Proizvodnja energije najveća je u Danskoj, najmanja u Bugarskoj, Europska Unija se nalazi na sredini, a Hrvatska se nalazi ispod Europske Unije. U Europskoj Uniji, u razdoblju od 2000. do 2021., proizvodnja energije narasla je sa 6,25 eura/kg na 8,54 eura/kg, dok je Bugarska u 21.-oj godini prešla s 1,31 na 2,47 eura/kg. Danska je u istom razdoblju povećala proizvodnju energije za 5,91 eura/kg, a Hrvatska je povećala svoju proizvodnju energije za 1,95 eura/kg.

3.3. Kampanja „Who made my clothes?“

Kampanju je pokrenula organizacija Fashion Revolution kao odgovor na događaj u prethodno spomenutoj Rana Plazi 2013. godine. Kampanja „Who made my clothes?“ je neprofitni globalni pokret koji se zalaže za reforme u modnoj industriji usmjerene na transparentnost robnih marki odjeće o njihovom opskrbnom lancu. Njihova misija je

ujedinjenje ljudi i organizacija za promjenu načina nabave, proizvodnje i konzumacije. Globalnu kampanju „Who made my clothes?“ pokrenule su Orsola de Castro i Carry Somers 2013. u Engleskoj. Orsola je međunarodno priznata voditeljica stručnog mišljenja u održivoj modi, a Carryin modni brend Pachacuti bio je pionir u radikalnoj transparentnosti opskrbnog lanca, mapirajući GPS koordinate svake faze proizvodnog procesa; od društvenih plantaža na kojima raste slama, do kuće svakog tkaoca panama šešira. Njihova je misija ujediniti sve u modnoj industriji, počevši od dizajnera, proizvođača, distributera sve do nositelja, kako bi se promijenio način na koji se nabavlja, proizvodi i koristi odjeća. Manifest modne revolucije u deset točaka kombinacija je politika i ciljeva kojima modna industrija treba težiti: dostojanstvenom radu, pravednom i jednako plaćenom radu, slobodnom govoru bez straha, poštivanju kulture i naslijeđa, solidarnosti i inkluzivnosti, očuvanju okoliša, kružnoj ekonomiji, transparentnosti i odgovornosti, novim načinima mjerenja uspjeha poput financijske sigurnosti i zdravlja te izražavanje.

4. Osviještenost, informiranost i stavovi stanovnika na području RH u svezi *second hand* kupnje i pojma održive mode

U ovom poglavlju, ukratko će se objasniti metodologija istraživanja kao i rezultati provedene ankete o osviještenosti, informiranosti i stavova stanovnika na području RH u svezi *second hand* kupnje i pojma održive mode.

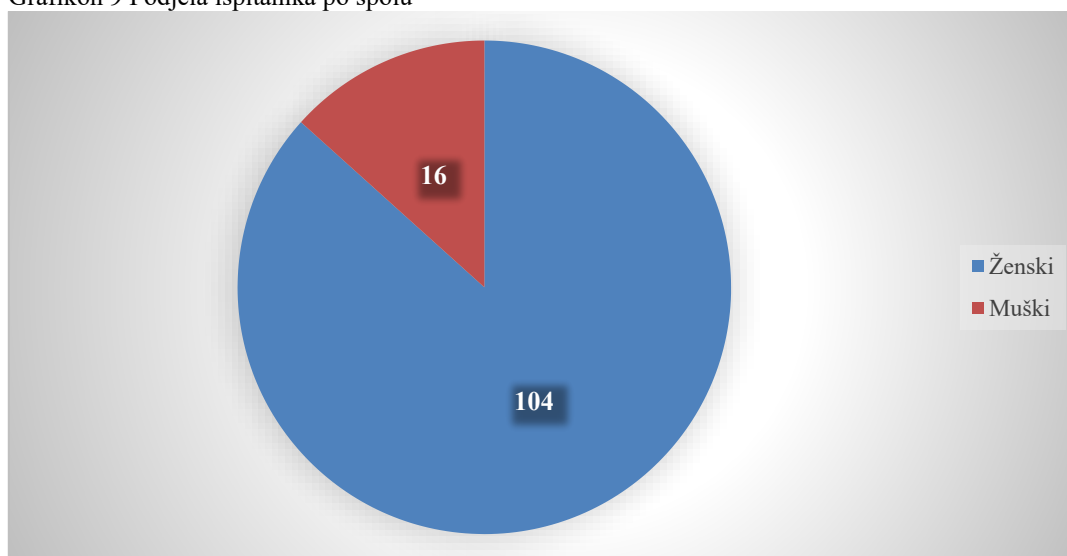
4.1. Metodologija ispitivanja stavova stanovništva

Ispitivanje stavova stanovništva o prethodno spomenutoj tematici napravljeno je pomoću Google obrasca gdje je prikupljeno 120 odgovora u periodu od 26. veljače 2023. do 15. ožujka 2023. Google obrazac prosljeđen je poznicima, obitelji, prijateljima i po Facebook grupama. Korištene su metoda ankete i statistička metoda te su prikupljeni demografski podaci, podaci o učestalosti korištenja *second hand* stvari, kupovnim navikama i važnim faktorima koji utječu na kupnju. Posljednji dio ankete sastoji se od 12 pitanja o osnovama održivosti u modnoj industriji, a na samome kraju nalazi se popis hrvatskih brendova/Instagram profila s mogućnošću višestrukog odabira, ovisno o poznavanju istih. Opcija višestrukog odabira odnosila se na pet pitanja, ostalih sedam je imalo po jedan točan odgovor. Tri pitanja bila su dihotomnog tipa.

4.2. Rezultati provedenog istraživanja

Prvi dio anketnog upitnika odnosio se na opće podatke kao što su spol, dobna skupina, županija prebivališta, obrazovni status, radni status i visina dohotka kućanstva.

Grafikon 9 Podjela ispitanika po spolu



Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Od 120 prikupljenih odgovora, većinu od 86,7% (104 odgovora) čine žene, a muškarci 13,3% (16 odgovora).

Tablica 3 Prikaz dobnih skupina ispitanika

| Dobna skupina ispitanika | Broj ispitanika | Postotak |
|--------------------------|-----------------|----------|
| <18 godina | 12 ispitanika | 10% |
| 19-24 godine | 33 ispitanika | 27,5% |
| 25-34 godine | 27 ispitanika | 22,5% |
| 35-44 godine | 18 ispitanika | 15% |
| 45-60 godina | 25 ispitanika | 20,8% |
| Više od 60 godina | 5 ispitanika | 4,2% |

Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Dobne skupine ispitanika dijele se na šest skupina gdje je najveći broj ispitanika u skupini od 19-24 godine, točnije 27,5% s 33 ispitanika. Najmanji broj ispitanika je u dobnoj skupini “više od 60 godina” s pet ispitanika i 4,2% udjela. Ispitanici u dobi od 25 do 34 godine čine 22,5% s 27 odgovora, a grupa od 45 do 60 godina iznosi 20,8% s 25 odgovora. Dobna skupina od 35 do 44 godine iznosi 15% s 18 ispitanika, a dobna skupina do 18 godina 10% s 12 ispitanika.

Tablica 4 Prikaz županija ispitanika

| Županija ispitanika | Broj ispitanika | Postotak |
|---------------------------------|------------------------|-----------------|
| Bjelovarsko-bilogorska županija | 1 ispitanik | 0,83% |
| Brodsko-posavska županija | 6 ispitanika | 5% |
| Dubrovačko-neretvanska županija | - | - |
| Grad Zagreb | 11 ispitanika | 9,17% |
| Istarska županija | 2 ispitanika | 1,67% |
| Karlovačka županija | 3 ispitanika | 2,5% |
| Koprivničko-križevačka županija | 2 ispitanika | 1,67% |
| Krapinsko-zagorska županija | 2 ispitanika | 1,67% |
| Ličko-senjska županija | 1 ispitanik | 0,83% |
| Međimurska županija | 1 ispitanik | 0,83% |
| Osječko-baranjska županija | 57 ispitanika | 47,5% |
| Požeško-slavonska županija | - | - |
| Primorsko-goranska županija | 15 ispitanika | 12,5% |
| Sisačko-moslavačka županija | 2 ispitanika | 1,67% |
| Splitsko-dalmatinska županija | 2 ispitanika | 1,67% |
| Šibensko-kninska županija | - | - |
| Varaždinska županija | 3 ispitanika | 2,5% |
| Virovitičko-podravska županija | 1 ispitanik | 0,83% |
| Vukovarsko-srijemska županija | 5 ispitanika | 4,17% |
| Zadarska županija | - | - |
| Zagrebačka županija | 6 ispitanika | 5% |

Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Županije iz kojih nisu prikupljeni podaci su Dubrovačko-neretvanska, Požeško-slavonska, Šibensko-kninska i Zadarska županija. Najviše podataka dobiveno je s područja Osječko-baranjske županije gdje je prikupljeno 57 odgovora koji čine 47,5% sveukupnih odgovora, a najmanje ispitanika dolazi iz Bjelovarsko-bilogorske, Ličko-senjske, Međimurske i Virovitičko-podravske županije gdje je prikupljen po jedan odgovor što čini 0,83% ukupnih rezultata. Po dva ispitanika dolaze iz Istarske, Koprivničko-križevačke,

Krapinsko-zagorske, Sisačko-moslavačke i Splitsko-dalmatinske županije s udjelom od 1,67%. Karlovačka i Varaždinska županija čine 2,5% ukupnog udjela s tri odgovora po županiji. Pet ispitanika dolazi iz Vukovarsko-srijemske i čine udio od 4,17%. U Brodsko-posavskoj i Zagrebačkoj županiji prikupljeno je šest odgovora koji čine po 5% sveukupnog udjela. 11 ispitanika dolazi iz Grada Zagreba sa sveukupno 9,17%, a Primorsko-goranska županija s 15 ispitanika i udjelom od 12,5%.

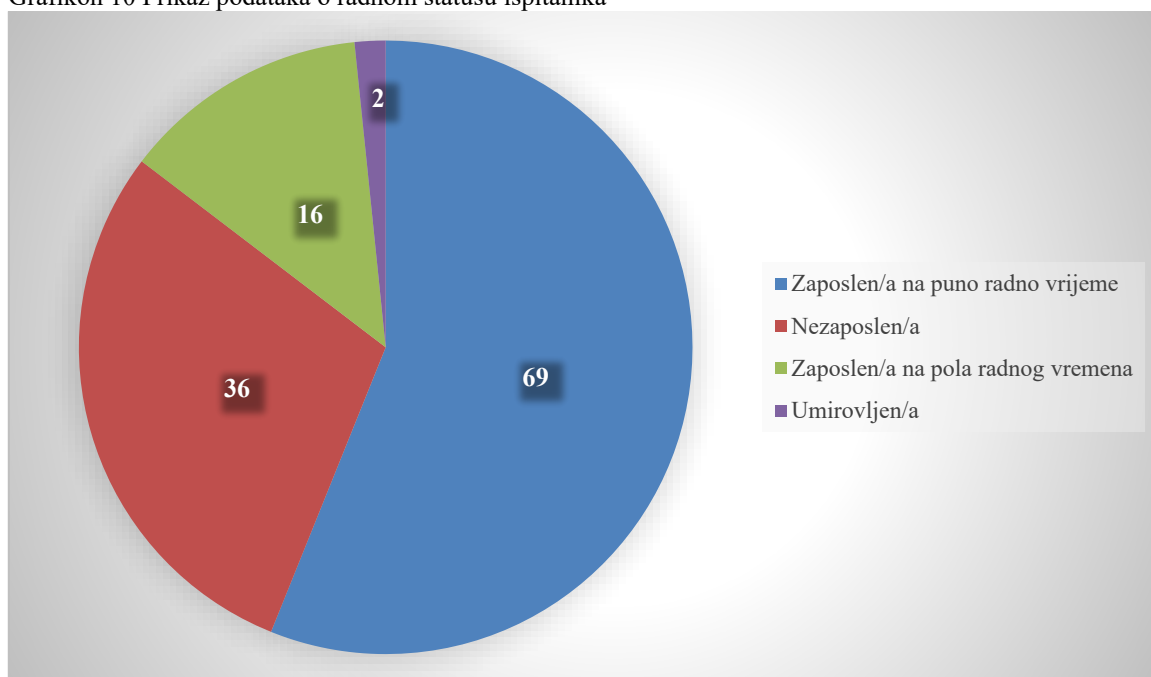
Tablica 5 Prikaz podataka o obrazovnom statusu ispitanika

| Završeni stupanj obrazovanja | Broj ispitanika | Postotak |
|---|------------------------|-----------------|
| Završena osnovna škola | - | - |
| Učenik/ca srednje škole | 12 ispitanika | 10% |
| Završeno srednjoškolsko obrazovanje | 29 ispitanika | 24,17% |
| Student/ica preddiplomskog studija | 14 ispitanika | 11,67% |
| Završen preddiplomski studij | 11 ispitanika | 9,17% |
| Student/ica diplomskog studija | 19 ispitanika | 15,83% |
| Završen diplomski studij | 30 ispitanika | 25% |
| Student/ica doktorskog studija | - | - |
| Završen doktorski studij | 4 ispitanika | 3,33% |
| Student/ica integriranog (pred)diplomskog studija | 1 ispitanik | 0,83% |

Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Najviše ispitanika ima završen diplomski studij, točnije njih 30 s 25%, najmanje jedan/na student/ica integriranog (pred)diplomskog studija s 0,83% udjela, četiri ispitanika završilo je doktorski studij (3,33%) a ni jedan ispitanik nije student/ica doktorskog studija ni osoba sa završenom osnovnom školom. Ispod ispitanika završenog diplomskog studija nalazi se 29 ispitanika završenog srednjoškolskog obrazovanja s 24,17%. Ispitanici koji su studenti diplomskog studija čine 15,83% s 19 odgovora. Četrnaest studenata preddiplomskog studija čini 11,67% prikupljenih podataka, 12 ispitanika koji su učenici srednje škole čini 10% odgovora, a 9,17%, odnosno 11 ispitanika završilo je preddiplomski studij.

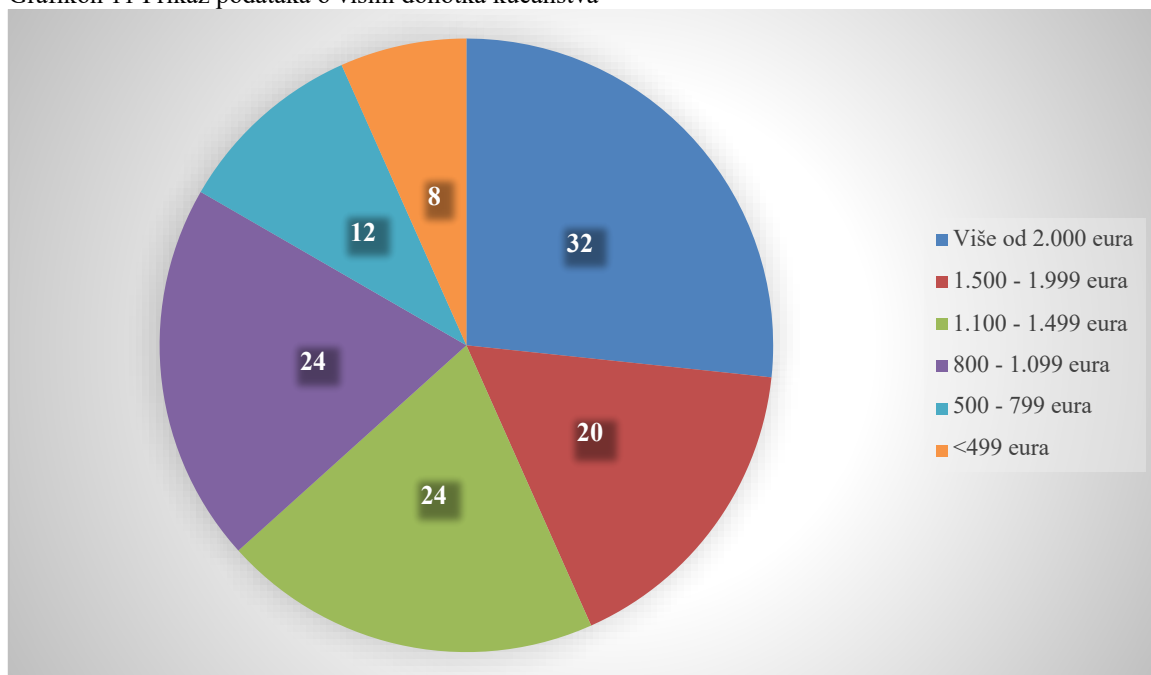
Grafikon 10 Prikaz podataka o radnom statusu ispitanika



Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Prema podacima o radnom statusu ispitanika, najviše je zaposlenih na puno radno vrijeme s 57,5% (69 odgovora), a najmanje je umirovljenih s 1,67% (dva odgovora). Drugi po redu su nezaposleni s udjelom od 30% i 36 odgovora, a iza njih je 13 ispitanika (10,83%) zaposlenih na pola radnog vremena.

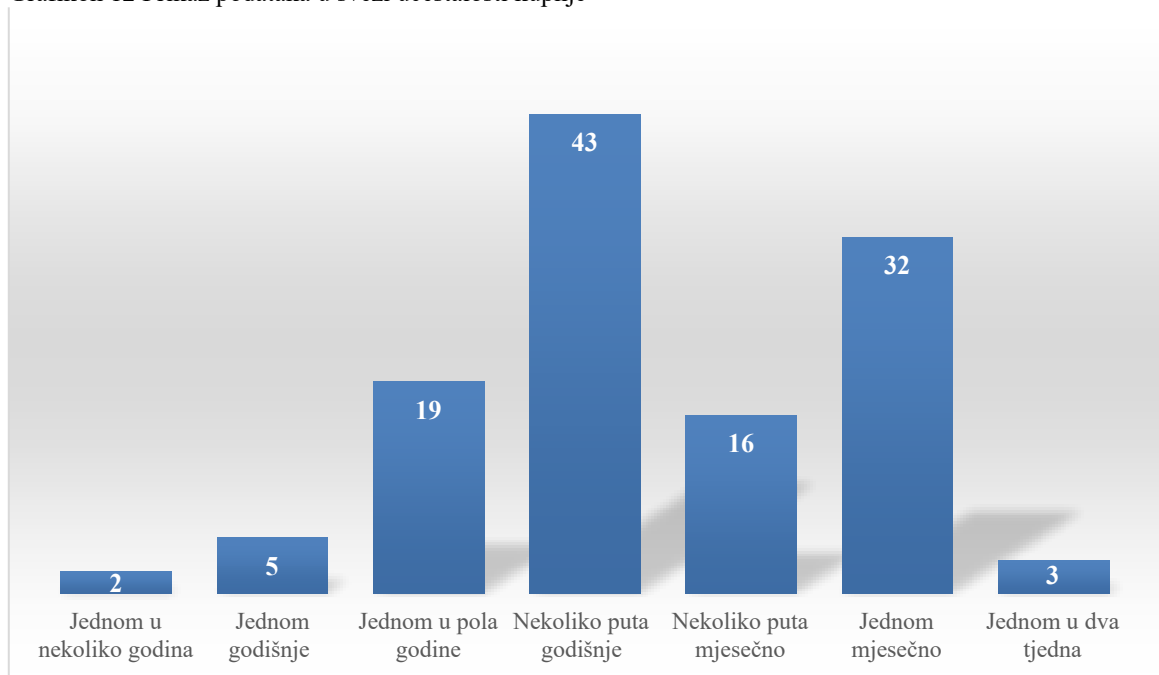
Grafikon 11 Prikaz podataka o visini dohotka kućanstva



Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Udjeli u visini dohotka kućanstva su relativno ravnomjerno raspodjeljeni, najviše je ispitanika s prihodima s više od 2 tisuće eura mjesečno, točnije 32 ispitanika (26,7%), a 20% čine ispitanici s 800-1.099 eura i 1.100-1.499 eura (24 odgovora po kategoriji). 16,7% ili 20 odgovora čine ispitanici s prihodima kućanstva 1.500-1.999 eura mjesečno, a 10% čine kućanstva s 500-799 eura mjesečno. Najmanji udio čini kategorija <499 eura mjesečno s postotkom od 6,67% ili osam odgovora.

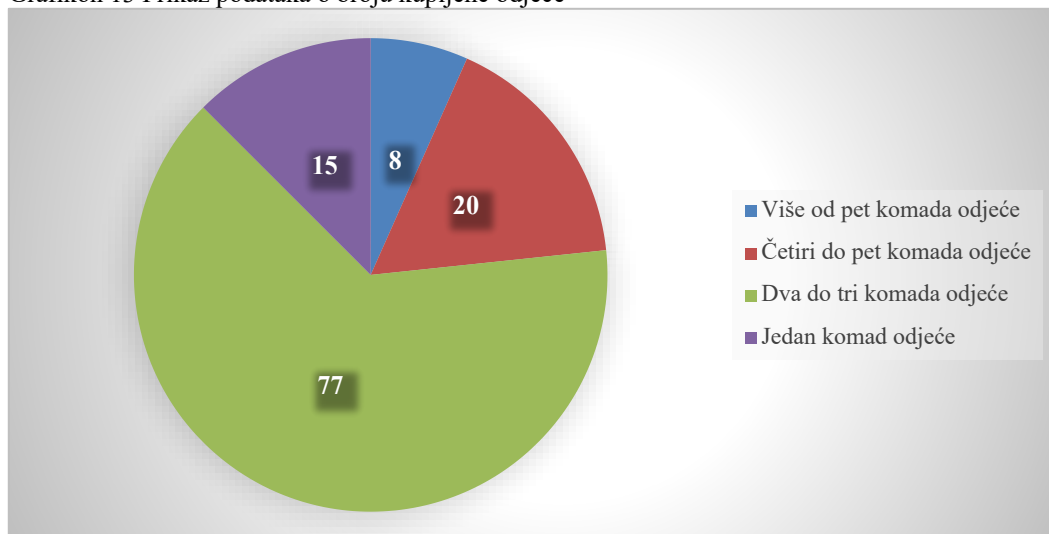
Grafikon 12 Prikaz podataka u svezi učestalosti kupnje



Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Najveći broj ispitanika kupuje odjeću nekoliko puta godišnje, odnosno 35,8% (43 ispitanika), a dvoje ispitanika kupuje u nekoliko godina (1,67%). 32 ispitanika koji kupuju jednom mjesečno čine 26,7% udjela, njih 19 kupuje jednom u pola godine (15,8%), a nekoliko puta mjesečno kupuje 16 ispitanika (13,33%). Pet ispitanika kupuje jednom godišnje (4,17%), dok troje ispitanika kupuje jednom u dva tjedna (2,5%).

Grafikon 13 Prikaz podataka o broju kupljene odjeće



Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Kupnja dva do tri komada odjeće tijekom jedne kupnje odnosi se na 64,2%, odnosno 77 ispitanika, a osam ispitanika (6,67%) kupuje više od pet komada odjeće. Četiri do pet komada odjeće kupuje 20 ispitanika (16,67%) te jedan komad odjeće kupuje 15 ispitanika (12,5%).

Tablica 6 Prikaz trgovina u kojima ispitanici najčešće kupuju

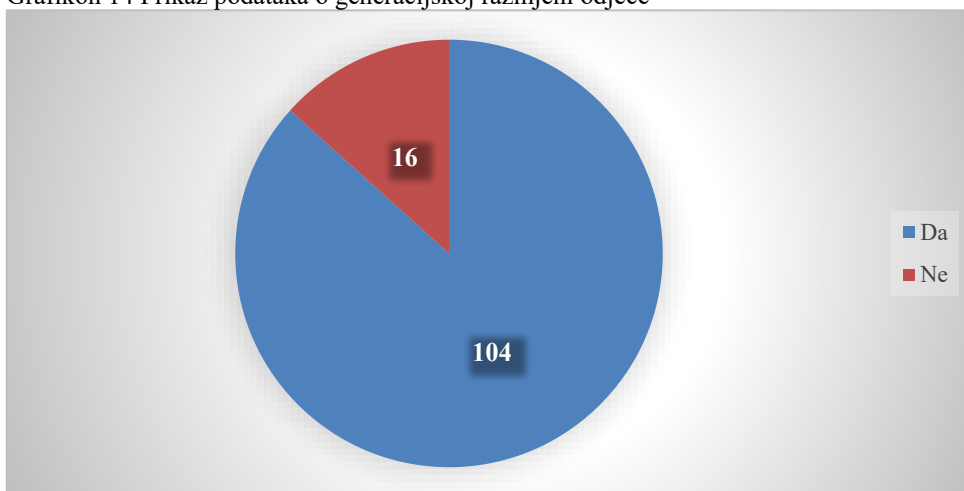
| Trgovine | Broj ispitanika | Postotak |
|--|------------------------|-----------------|
| H&M | 58 odgovora | 48,33% |
| Zara | 40 odgovora | 33,33% |
| Stradivarius, ABOUT YOU | 34 odgovora | 28,33% |
| Bershka | 27 odgovora | 22,5% |
| Mango, Textile House | 23 odgovora | 19,17% |
| Zalando | 19 odgovora | 15,83% |
| ASOS | 12 odgovora | 10% |
| New Yorker | 7 odgovora | 5,83% |
| C&A, razni butici | 5 odgovora | 4,17% |
| House, Cropp | 4 odgovora | 3,33% |
| Kik, Takko Fashion, Best Secret | 3 odgovora | 2,5% |
| Pepco, Varteks, Tom Tailor, s. Oliver, Mana | 2 odgovora | 1,67% |
| Timberland, LC Waikiki, comma, Europa 92, Killstar, Uniqlo, Sinsay, njuškalo, mojkrpice.hr, Primark, Orsay, Ulla Popken, NKD | 1 odgovor | 0,83% |

Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Pitanje o popisu trgovina u kojima ispitanici najčešće kupuju koncipirano je višestrukim odabirom odgovora. Najviše je odabran H&M s 58 odabira (48,33%), a iza H&M-a nalazi se Zara s 40 odabira (33,33%). Stradivarius i ABOUT YOU dijele po 34 odabira s 28,33%, Bershka 27 (22,5%), dok Mango i Textile House dijele 19,17%, s 23 odabira. Zalando je odabralo 19 ispitanika (15,3%), ASOS 12 (10%), a New Yorker 7 ispitanika (5,83%). C&A i razni butici odabrani su od strane pet ispitanika (4,17%) te House i Cropp sa četiri odabira (3,33%). Kik, Takko Fashion i Best Secret odabralo je po troje

ispitanika (2,5%), a Pepco, Varteks, Tom Tailor, s. Oliver, Mana označilo je po dvoje ispitanika (1,67%). Po jedan odgovor dobiven je za: Timberland, LC Waikiki, commu, Europu 92, Killstar, Uniqlo, Sinsay, njuškalo, mojekrpice.hr, Primark, Orsay, Ullu Popken i NKD (0,83%).

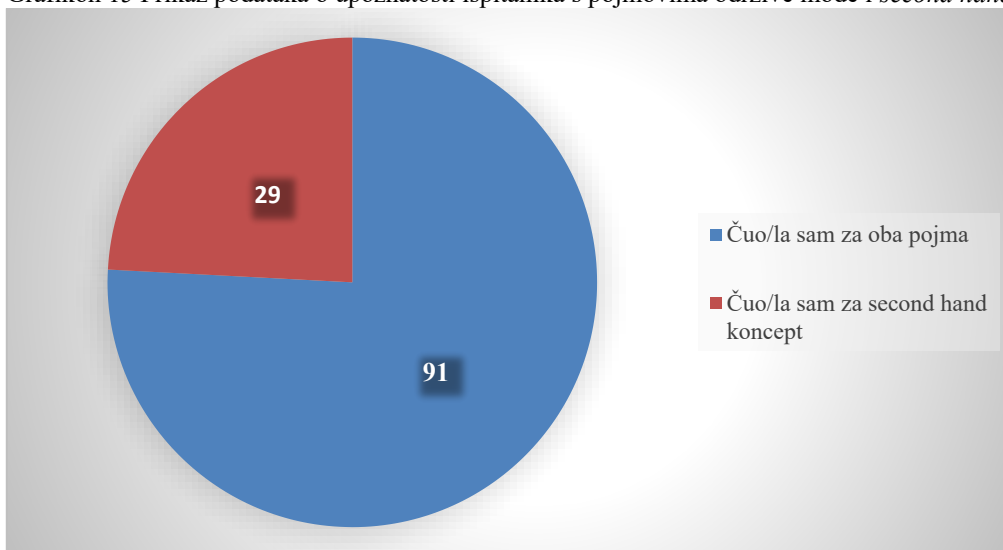
Grafikon 14 Prikaz podataka o generacijskoj razmjeni odjeće



Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Generacijska razmjena odjeće među ispitanicima pokazala je većinski pozitivne odgovore, odnosno 104 ispitanika (86,7%) nosilo je odjeću koju su njihovi braća/sestre, rodbina ili prijatelji prerasli, a njih 16.-ero nije sudjelovalo u spomenutom konceptu (13,3%).

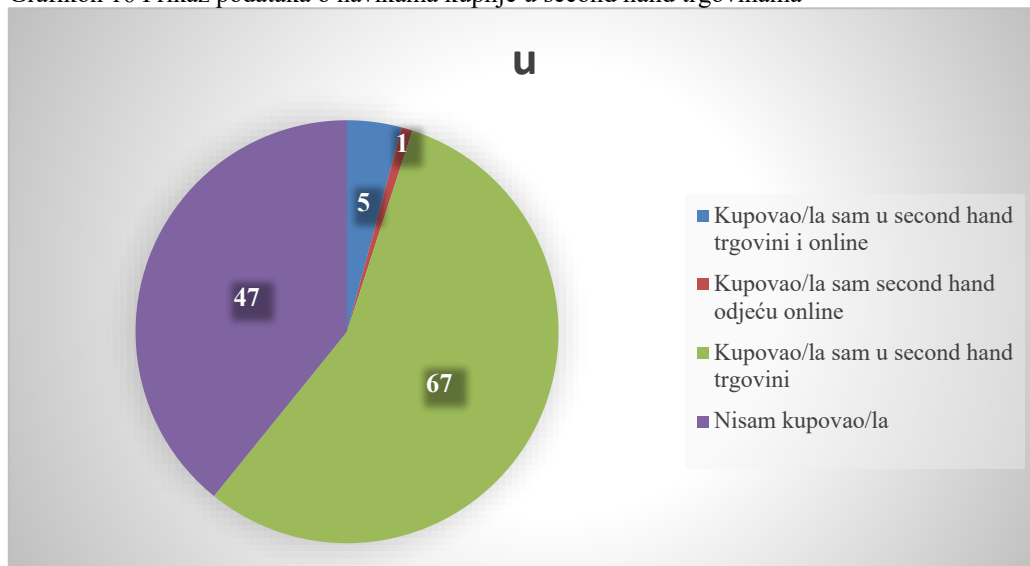
Grafikon 15 Prikaz podataka o upoznatosti ispitanika s pojmovima održive mode i *second hand* koncepta



Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

U svezi upoznatosti s pojmovima održive mode i *second hand* koncepta, bile su ponuđene četiri opcije, odgovori su se podijelili na “čuo/la sam za *second hand* koncept” s 29 odgovora (24,2%) i na “čuo/la sam za oba pojma” koju je označio 91 ispitanik (75,8%).

Grafikon 16 Prikaz podataka o navikama kupnje u second hand trgovinama



Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

67 ispitanika kupovalo je u *second hand* trgovini (55,8%), a jedan ispitanik je kupovao *second hand* odjeću *online*. 47 ispitanika nije kupovalo u *second hand* trgovini (39,2%) te je pet ispitanika (4,17%) kupovalo u *second hand* trgovini i *online*.

Tablica 7 Razlog kupnje u *second hand* trgovini

| Razlog kupnje | Broj ispitanika | Postotak |
|--|-----------------|----------|
| Jeftinije je nego u ostalim trgovinama | 38 odgovora | 31,66% |
| Vidio/la sam nešto što mi se svidjelo u izlogu | 32 odgovora | 26,67% |
| Nisam kupovao/la | 17 odgovora | 14,17% |
| Ekološka osviještenost, unikatnost izbora odjeće, dostupnost <i>vintage</i> odjeće | 3 odgovora | 2,5% |

| | | |
|---|------------|-------|
| Nisam bio/la u mogućnosti priuštiti novu odjeću | 2 odgovora | 1,67% |
| Veći izbor odjeće, poznate marke | 2 odgovora | 1,67% |
| Znatiželja | 1 odgovor | 0,83% |

Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Razlozi kupnje u *second hand* trgovini imali su opciju višestrukog odabira, od kojih je 38 (31,66%) bilo u svezi cjevnovne prihvatljivosti, odnosno niskih cijena naspram ostalih trgovina. 32 odabira odnosila su se na privlačan komad odjeće u izlogu (26,67%), 17 odgovora označeno je s “nisam kupovao/la (14,17%), a ekološka osviještenost, unikatnost izbora odjeće i dostupnost *vintage* odjeće dobili su tri odabira (2,5%). Nemogućnost priuštavanja nove odjeće, veći izbor istoga i poznate marke dobili su po dva odgovora (1,67%), a jedan odgovor odnosio se na znatiželju (0,83%).

Tablica 8 Razlozi izbjegavanja kupnje u *second hand* trgovini

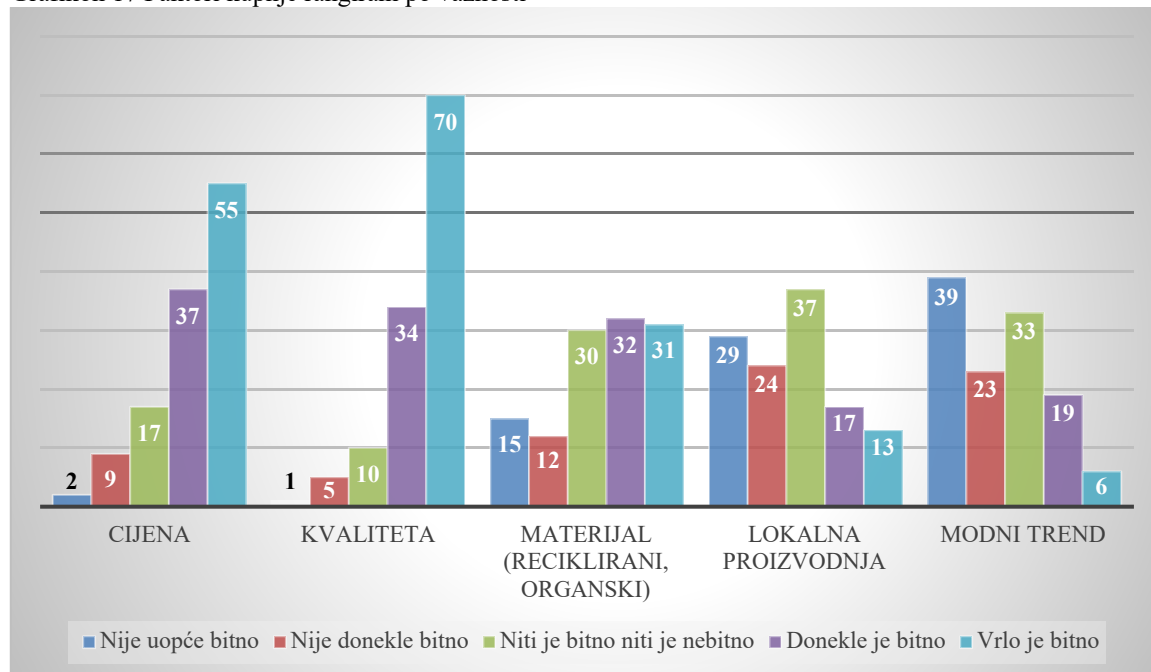
| Razlozi izbjegavanja kupnje | Broj ispitanika | Postotak |
|---|-----------------|----------|
| Nedostupnost trgovinama rabljenom odjećom | 17 odgovora | 14,17% |
| Nepovjerenje u higijenu | 14 odgovora | 11,67% |
| Averzija prema trgovinama s rabljenom odjećom | 12 odgovora | 10% |
| Ostalo | 8 odgovora | 6,67% |
| Loša kvaliteta odjeće | 7 odgovora | 5,83% |
| Stid | 2 odgovora | 1,67% |
| Nedostupne veličine | 1 odgovor | 0,83% |

Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Kao razlog izbjegavanja kupnje u *second hand* trgovini ponuđen je višestruki odabir, najviše je odabrana opcija “nedostupnosti trgovinama rabljenom odjećom” sa 17 odgovora (14,17%) i nepovjerenje u higijenu s 14 odgovora (11,67%). Averziju prema trgovinama s rabljenom odjećom odabralo je 12 ispitanika (10%), osam ispitanika (6,67%) navelo je razne razloge, a sedam ispitanika (5,83%) izabralo je lošu kvalitetu odjeće kao razlog. Stid je

opcija odabrana od strane dvoje ispitanika (1,67%) i jedan ispitanik (0,83%) spomenuo je nedostupnost veličina.

Grafikon 17 Faktori kupnje rangirani po važnosti



Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Faktori kupnje najvažniji ispitanicima su kvaliteta (70 odgovora, 58,33%) i cijena (55 odgovora, 45,83%). Materijal, lokalna proizvodnja i modni trend ravnomjerno su raspoređeni, a kod materijala najviše je odabrana opcija “donekle je bitno” s 32 odgovora (26,67%). Lokalna proizvodnja nalazi se u neutralnom položaju, “niti je bitno niti je nebitno” s 37 odgovora (30,83%) i modni trend prednjači s opcijom “nije uopće bitno” s 39 odgovora (32,5%).

Tablica 9 Prikaz rezultata kviza o osnovama održivosti u modnoj industriji

| Pitanje | Točan odgovor | Postotak točnih odgovora |
|---|--|--------------------------|
| Modna industrija jedna je od najvećih industrijskih zagađivača i degradira Zemlju na koje načine? | Krčenjem šuma, dezertifikacijom i degradacijom tla, gubitkom biološke raznolikosti | 23,33% |

| | | |
|---|---|--------|
| Što karakterizira brzu modu? | Velike količine proizvedene odjeće, praćenje i prilagodba novim modnim trendovima, većina odjeće napravljena je od sintetičkog materijala | 40% |
| Modna industrija odgovorna je za 10% godišnjih globalnih emisija ugljika, više od svih međunarodnih letova i pomorskog prometa zajedno. | Točno | 87,5% |
| Koliko je litara vode potrebno za izradu jednog para traperica, uzevši u obzir cjelokupni proces; od proizvodnje pamuka do dospjeća u trgovinu? | 1.250 L | 39,17% |
| Koji je postotak pretvaranja rabljene odjeće u recikliranu? | Manje od 1% | 33,33% |
| Koja tkanina ispušta mikroplastiku prilikom pranja? | Poliester | 95% |
| Kako bi "brza" moda bila jeftina za zapadnjačku potrošnju, radnici u bangladeškim tvornicama odjeće zarađuju približno 95 dolara mjesečno, a minimalni životni troškovi iznose 443 dolara mjesečno. | Točno | 87,5% |

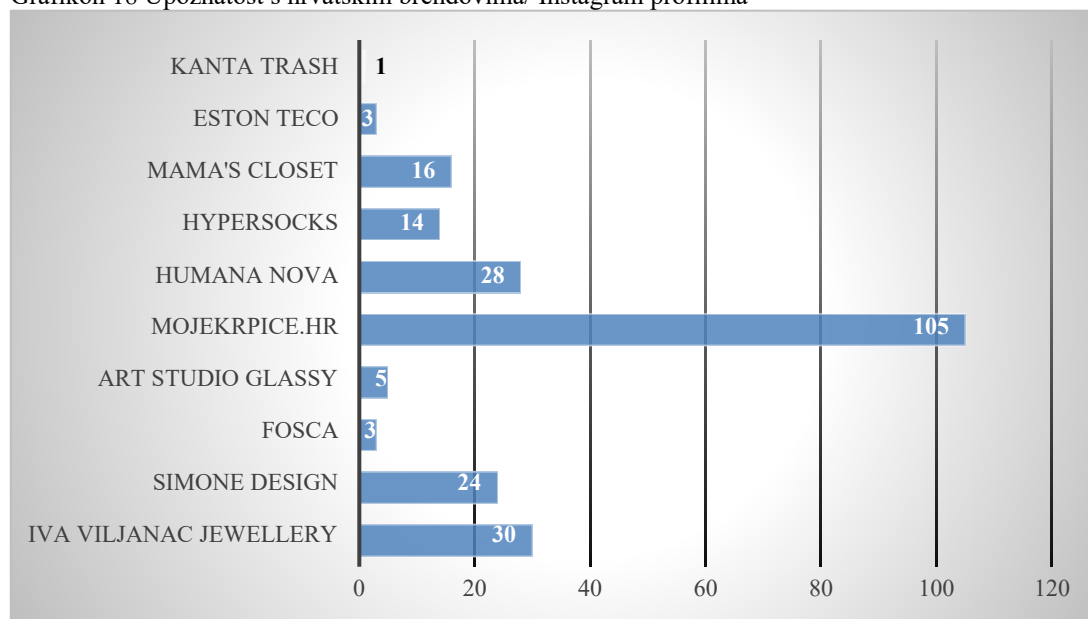
| | | |
|---|---|--------|
| Što se od navedenih pojmova smatra odgovornom kupnjom? | Kupnja nekoliko visokokvalitetnih predmeta koji će trajati, kupnja u <i>second hand</i> trgovinama, odabir odjeće od prirodnih vlakana poput organskog pamuka | 35,83% |
| Što je od navedenih sintetičkih materijala napravljeno od plastike? | Najlon, poliester, likra | 12,5% |
| Svake sekunde, ekvivalent jednom kamionu smeća punom odjeće spali se ili baci na odlagalište. | Točno | 91,67% |
| Proizvodnja tek jednog kilograma kojeg materijala iziskuje 20 tisuća litara vode? | Pamuka | 62,5% |
| Koji se od navedenih certifikata odnose na modnu industriju? | GOTS, OEKO-TEX, Fairtrade, Eu Ecolabel | 0% |

Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Najviše točnih odgovora prikupljeno je na pitanju “koja tkanina ispušta mikroplastiku prilikom pranja? “ gdje je točno odgovorilo 95% ispitanika (114 odgovora). Izjavu da „svake sekunde, ekvivalent jednom kamionu smeća punom odjeće spali se ili baci na odlagalište“ je 91,67% ispitanika (110 odgovora) označilo kao točnu tvrdnju. Tvrdnju da je „modna industrija odgovorna za 10% godišnjih globalnih emisija ugljika, više od svih međunarodnih letova i pomorskog prometa zajedno“ i podatak o bangladeškim plaćama u tvornicama odjeće, 105 ispitanika (87,5%) odabralo je kao točnu informaciju. 62,5% ispitanika (75 odgovora) odabralo je pamuk kao materijal čiji kilogram „košta“ 20 tisuća litara vode. 40% ispitanika (48 odgovora) odabralo je sve tri ponuđene karakteristike „brze“ mode kao točan odgovor, a da je za jedan par traperica potrebno 1.250 litara vode, odabralo je 39,17% ispitanika (47 odgovora). 43 ispitanika (35,83%) odabralo je tri točna pojma

prakse odgovorne kupnje. Da je manje od 1% rabljene odjeće pretvoreno u recikliranu odgovorilo je 33,33% (40 ispitanika). 23,33% ispitanika (28 odgovora) pogodilo je sva tri načina na koji modna industrija degradira Zemlju, a 12,5% ispitanika (15 odgovora) odabralo je tri sintetička materijala napravljena od plastike. Ni jedan ispitanik nije odabrao sve navedene certifikate koji se odnose na modnu industriju.

Grafikon 18 Upoznatost s hrvatskim brendovima/ Instagram profilima



Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Ponudom višestrukog odabira nekih od hrvatskih brendova, 105 ispitanika (87,5%) čulo je za mojekrpice.hr, a 25% (30 ispitanika) za Iva Viljanac Jewellery. 28 ispitanika (23,3%) čulo je za Humanu Novu, a 24 ispitanika (20%) za Simone Design. 16 ispitanika (13,3%) označilo je upoznatost s Mama's Closetom, a 14 (11,7%) s HYPERsocks. Pet ispitanika (4,2%) označilo je upoznatost s Art Studio Glassy, tri odgovora (2,5%) dobivena su za Foscu i Eston Teco, a jedan ispitanik (0,83%) odabrao je Kanta Trash.

5. Usporedba s vodećim tržištima mode u Europi sa SAD-om

Europska Unija donijela je „Strategiju za održive i kružne tekstilne proizvode“ u ožujku 2022. s ciljem stvaranja inovativnog tekstilnog sektora s minimalnim utjecajem na okoliš do 2030 godine.⁸¹ Godišnje je bačeno pet milijuna tone odjeće u Europskoj Uniji, što je približno 12 kilograma po osobi, a 1% materijala reciklirano je u novu odjeću.⁸²

High-end sektor bilježi brži porast od ostatka europskog gospodarstva tijekom krize 2008., točnije u 2010. i 2011. godini. *High-end* industrija ima više od milijun zaposlenika, izvozi više od 60% svoje proizvodnje izvan Europe i čini 10% cjelokupnog izvoza EU.⁸³ Najveća koncentracija modne proizvodnje nalazi se u Italiji, Španjolskoj, Grčkoj, Portugalu, Poljskoj, Rumunjskoj, Bugarskoj i Mađarskoj. Države s najvećim brojem modnih distribucijskih i maloprodajnih tvrtki su Italija, Francuska, Poljska i Njemačka, a tradicionalna izvozna tržišta Europske Unije su Švicarska, SAD i Japan.⁸⁴ 62% proizvoda proizvedenih od strane europskih *high-end* brendova prodaje se izvan Europe. Odjeća, modni dodaci, nakit i satovi, kožna galanterija i kozmetika proizvedenih u Europi predstavljaju 74% svjetske vrijednosti navedenih proizvoda. Vrijednost europskog *high-end* tržišta procjenjuje se na 260 milijardi eura.⁸⁵

⁸¹ EU strategy for sustainable and circular textiles, op.cit.

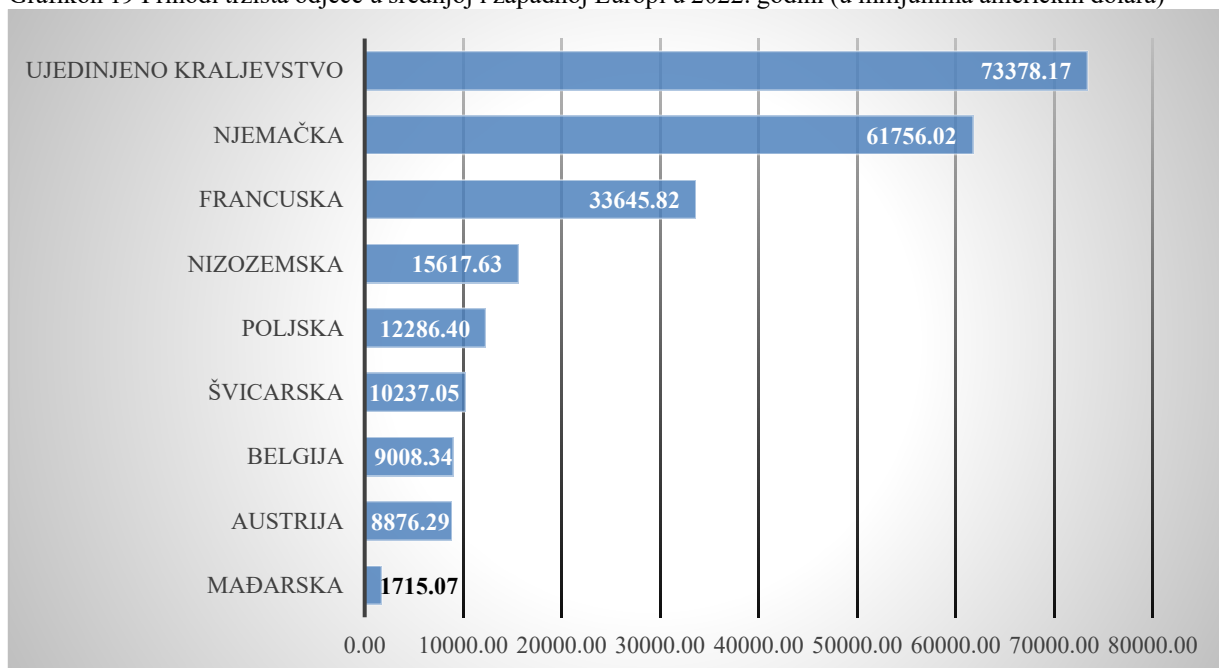
⁸² ibid.

⁸³ Fashion and high-end industries in the EU, op.cit.

⁸⁴ ibid.

⁸⁵ ibid.

Grafikon 19 Prihodi tržišta odjeće u srednjoj i zapadnoj Europi u 2022. godini (u milijunima američkih dolara)



Izvor: izrada autora prema podacima s <https://www.statista.com/forecasts/1101864/revenue-of-the-apparel-market-central-and-western-europe>

Najveće prihode na tržištu odjeće u 2022. godini na europskom tržištu, ostvarilo je Ujedinjeno Kraljevstvo sa 73.4 milijardi, a najmanje Mađarska sa 1.7 milijardi američkih dolara. Ispod Ujedinjenog Kraljevstva nalaze se Njemačka sa 61.8 i Francuska s 33.6 milijardi američkih dolara.

Thrift i *second hand* često se koriste kao sinonimi, no radi se o terminologiji koja opisuje predmete koji su prethodno bili u tuđem vlasništvu i ponovno se prodaju, a mogu imati različita značenja ovisno o kontekstu. *Thrift* trgovina odnosi se na trgovinu koju mogu voditi dobrotvorne organizacije gdje prihodi od prodaje rabljenih predmeta mogu ići za posebne doprinose. U takvim trgovinama, tvrtke i pojedinci mogu donirati širok raspon predmeta, počevši od pokućstva do odjevnih predmeta. S druge strane, *second hand* odnosi se na bilo kakav predmet koji se može naći u *thrift* trgovini, u ostalim trgovinama ili *online* tržnicama. U svakoj *thrift* trgovini prodaju se *second hand* predmeti, ali ne prodaju se svi *second hand* predmeti u *thrift* trgovinama. Neki od pojmova koji se često naglašavaju na etiketama i ambalažama su “vegan”, *cruelty-free* koji se odnosi na proizvode koji nisu testirani na životinjama te *fairtrade*, pokret s ciljem podupiranja proizvođača i zaštite prava radnika i okoliša. Modna industrija u SAD-u i Hrvatskoj varira u smislu veličine, opsega i

kulturnih utjecaja; SAD ima veliku i raznoliku modnu industriju, sa sjedištima svjetskih marki u gradovima kao što su New York i Los Angeles. Američka moda daje prednost udobnosti i praktičnosti, s fokusom na ležerne stilove i komade odjeće koji se mogu međusobno kombinirati („kapsula ormar“). Također je poznata po inovativnosti i eksperimentiranju s dizajnerima koji pomiču granice tradicionalne mode. Neki od američkih brendova održive mode s najvišim stupnjem održivosti su Proclaim, Harvest & Mill, FUTURA Jewelry i Neu Nomads.⁸⁶ Proclaim izrađuje donje rublje od recikliranih plastičnih boca i TENCELa, Harvest & Mill izrađuje odjevne predmete od američkog organskog pamuka, FUTURA Jewelry ručno izrađuje nakit od certificiranog ekološkog zlata, a Neu Nomads poznat je po trenirkama, odjeći za spavanje i potrepštinama za putovanje.

Hrvatska modna industrija fokusira se na lokalne i regionalne dizajnere, elegantne i bezvremenske stilove. Hrvatska moda je pod utjecajem ostalih europskih i mediteranskih stilova, s naglaskom na kvalitetne materijale i umješnost. Tvrtke za proizvodnju odjeće u Hrvatskoj najviše proizvode bluže dugih rukava, pliš suknje, muške i ženske hlače, veste, kardigane, šešire, tajice, kupaće kostime i odjeću za sport.⁸⁷

5.1. Švedsko tržište mode u usporedbi s hrvatskim tržištem mode

Švedska vlada postavila je visoke ekološke ciljeve, uz provođenje brojnih politika i inicijativa usmjerenih na smanjenje emisija ugljika, promicanje obnovljive energije i zaštitu okoliša. 2017. godine, švedska vlada je reformirala porezni sustav kako bi se moglo popravljati rabljene predmete po nižim cijenama. Od 2020., prilikom kupnje u H&M-u u Stockholmu, neželjeni odjevni predmeti mogu se pretvoriti u nove komade odjeće putem sustava recikliranja “Loop” gdje se čiste stari odjevne predmete, usitnjavaju u vlakna i pređu u novu pređu koja se plete u nove komade odjeće. Švedska se pokušava okrenuti principu ponovne upotrebe kako bi se približili cilju *zero waste* načina života.⁸⁸ Uveden je porez na emisiju ugljika kao poticaj na smanjenje ugljičnog otiska i povećanje ulaganja u obnovljive izvore energije.

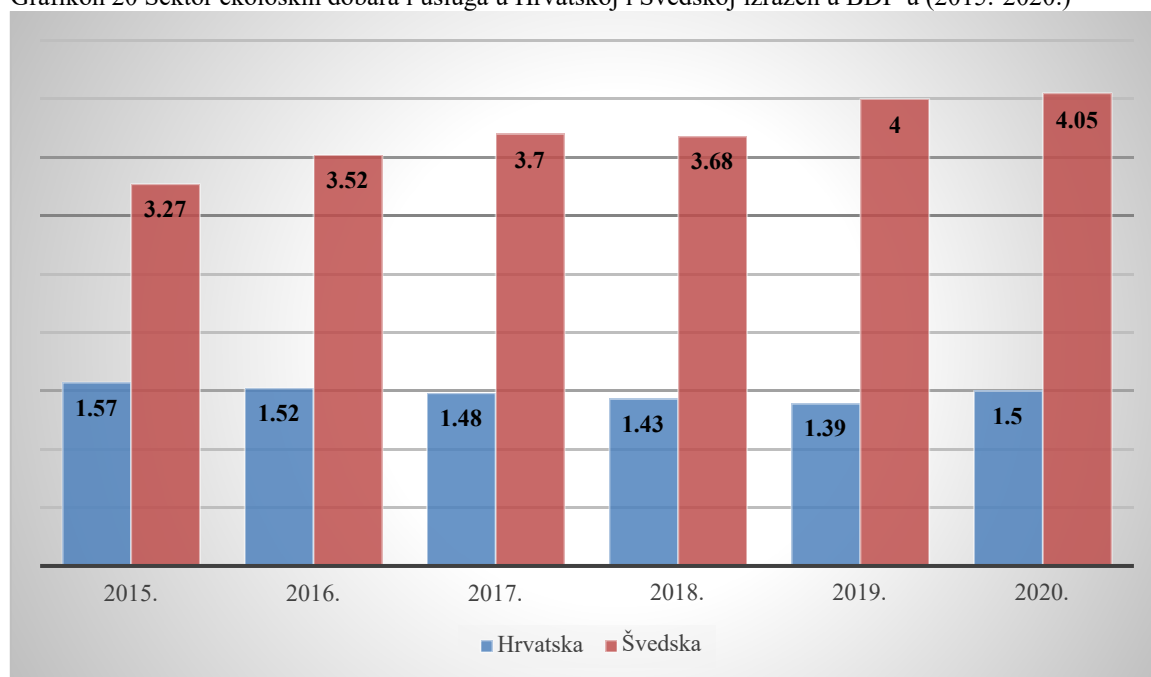
⁸⁶ Good On You, op. cit. 52 *Clothing Brands from the USA Making More Ethical and Sustainable Fashion*

⁸⁷ Manufy, *Clothing Production in Croatia*, <https://www.manufy.com/contries/croatia/>

⁸⁸ Sweden, *Sweden is aiming for zero waste. This means stepping up from recycling to reusing.*, <https://sweden.se/climate/sustainability/swedish-recycling-and-beyond>

Švedska modna industrija poznata je po minimalističkoj i funkcionalnoj estetici dizajna te po predanosti održivosti i etički ispravnoj proizvodnji. Klädoteket je švedska modna knjižnica u kojoj se mogu iznajmiti odjeća i dodaci kao alternativa prekomjernoj potrošnji. Filippa K jedna je od pionira održivosti među švedskim markama. Od 2014., djeluje pod motom da “održivost vodi do rasta”, a 2015. je pokrenula program Collect pri čemu se ostvaruje popust na novu kupnju uz povrat neželjenih odjevnih predmeta. Do 2030., brend namjerava preraditi, preprodati ili reciklirati 100% prikupljene odjeće. Atacac je modno-tehnološki *start-up* sa sjedištem u Göteborgu poznat po digitalnoj proizvodnji odjeće; odjevni predmeti izrađuju se po narudžbi kako bi se izbjegnula prekomjerna proizvodnja. Poslovna ideja Nimble Patch tvrtke je produženje života dječjih traperica prikupljanjem starih, poderanih traperica, njihovim redizajniranjem i ojačavanjem te ponovnom prodajom. “A New Sweden” osnovana 2017., gradi svoj brend oko materijala iz lokalnih izvora i suradnjom s poljoprivrednicima u opskrbi vunom. Odjeća ne sadrži plastiku, a 100% odjeće je biorazgradivo.

Grafikon 20 Sektor ekoloških dobara i usluga u Hrvatskoj i Švedskoj izražen u BDP-u (2015.-2020.)



Izvor: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_12_61/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_12

Sektor ekoloških dobara i usluga je dio gospodarstva države koji se bavi proizvodnjom dobara i usluga korištenih u aktivnostima zaštite okoliša i upravljanja

resursima. BDP u spomenutom sektoru predstavlja doprinos sektora ekoloških dobara i usluga BDP-u, a definiran je kao razlika između vrijednosti proizvodnje sektora i međufazne potrošnje.⁸⁹ U razdoblju od 2015. do 2020., bilježi se porast BDP-a u Švedskoj s 3,27 u 2015. na 4,05 u 2020., dok je BDP u Hrvatskoj bilježio blagi pad s 1,57 u 2015. na 1,39 u 2019., zatim je došlo do porasta u 2020. na 1,5.

Ponašanje potrošača u svezi održive mode u Hrvatskoj nije dovoljno istraženo s obzirom na veličinu tržišta, istraživanje provedeno na Sveučilištu Sjever u Varaždinu 2021. dalo je uvid u percepciju svijesti potrošača o održivosti modnih brendova.⁹⁰ Pokazatelj modne osviještenosti u Hrvatskoj je sudjelovanje na Fashion Revolution Weeku; Hrvatska je dio spomenute kampanje, modnog aktivističkog pokreta u trajanju od tjedan dana, koji se održava oko 24. travnja, datuma kada se dogodila nesreća u Rani Plazi u Bangladešu.⁹¹ Rezultati istraživanja pokazali su porast u interesu za održivu modu posljednjih godina i veću svijest potrošača o posljedicama (manjka) održivosti modnih brendova. Edukacija potrošača može se provesti putem marketinških strategija modnih brendova koji dublje ulaze u održive prakse poslovanja što stvara mogućnost sudjelovanja kupaca u provođenju modne održivosti.⁹² Neki od održivih modnih brendova u Hrvatskoj su: New Love Story dizajnerski brend, Lokomotiva brend „spore“ mode, Nervous Wardrobe odjeća pravljena po mjeri, čakovečki minimalistički brend KOMAD, brend elegantne odjeće FedRa, brend recikliranih odjevnih predmeta Piki Poma, ženski modni brend Fasada i splitski Chicks on Chic.⁹³

5.2. Održiva moda u SAD-u

Jedan primjer američkog održivog modnog brenda je Patagonia, brend poznat je po odjeći i modnim dodacima za van od recikliranih materijala i organskog pamuka. Prioritiziraju kvalitetne radne uvjete i doniraju 1% od prodaje za ispunjenje postavljenih ekoloških ciljeva.⁹⁴ Sljedeći održivi modni brend u SAD-u je Reformation koji stvara odjeću od ekološki prihvatljivih materijala kao što su TENCEL™ Lyocell, reciklirani poliester i

⁸⁹ Eurostat, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_12_61/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_12

⁹⁰ Mandarić, Hunjet i Kozina, *Perception of Consumers' Awareness about Sustainability of Fashion Brands*, <https://www.mdpi.com/1911-8074/14/12/594>

⁹¹ *ibid.*

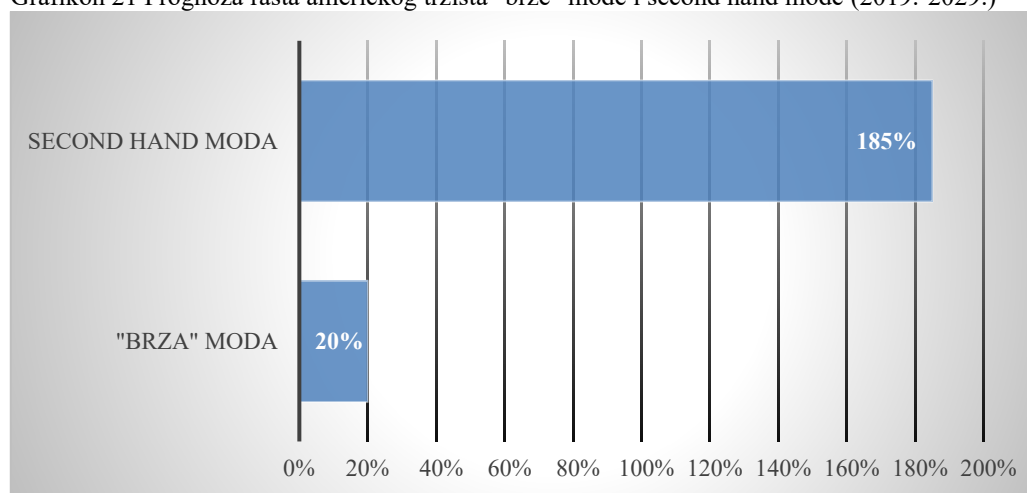
⁹² Jeong i Ko. *The influence of consumers' self-concept and perceived value on sustainable fashion*, 25

⁹³ Panaprium, *8 Best Croatian Clothing Brands You Need To Know*, <https://www.panaprium.com/blogs/i/croatia-clothing>

⁹⁴ Patagonia, *Our Environmental Responsibility Programs*, <https://www.patagonia.com/our-responsibility-programs.html>

*deadstock*⁹⁵ tkanine. Daju prioritet održivim proizvodnim praksama i imaju program za nadoknadu emisija ugljičnog dioksida iz naplata dostave.⁹⁶ *éclipse* je stvorio osnovne dijelove odjeće i dodatke za kontrolu utjecaja klime UPF 50+ kako bi zaštitio cijelu obitelj od sunca. Proizvodnja je lokalna i cijeli asortiman proizvoda je veganski.⁹⁷ Triarchy stvara traperice, suknje, kratke hlače, kombinezone i jakne proizvodnim sustavom koji koristi 85% reciklirane vode sigurne za ponovnu upotrebu koji tvornice bez nadzora bacaju u vodovodne sustave.⁹⁸ Mara Hoffman koristi ekološki prihvatljivije materijale uključujući GOTS certificirani pamuk, reciklirani najlon i reciklirani poliester te ima niz proizvoda s Oeko-Tex STeP certifikatom.⁹⁹ Uz održive modne marke, postoji i nekoliko američkih trgovaca koji nude održive modne opcije poput Nordstroma koji na svojoj web stranici nudi odjeljak o održivom stilu uz prikaz održivih modnih brendova, dok je Walmart pokrenuo liniju održive mode pod nazivom Free Assembly.¹⁰⁰

Grafikon 21 Prognoza rasta američkog tržišta "brze" mode i second hand mode (2019.-2029.)



Izvor: izrada autora prema podacima s <https://www.statista.com/statistics/1237898/fast-and-second-hand-fashion-market-growth-in-the-us/>

U periodu od 2019. do 2029., predviđen je rast tržišta „brze“ mode za 20% i rast tržišta *second hand* mode za 185%. Prema podacima priloženog grafikona, europski

⁹⁵ eng. otpaci zaliha robe.

⁹⁶ Reformation, *The Sustainability Report*, <https://www.thereformation.com/sustainability-report-q4-2022.html>

⁹⁷ *éclipse*, *Our Recycled Fabric*, <https://eclipseglove.com/pages/our-recycled-fabric>

⁹⁸ Triarchy, *Sustainability*, <https://triarchy.com/pages/sustainability>

⁹⁹ Mara Hoffman, *Our Approach*, <https://marahoffman.com/pages/our-approach>

¹⁰⁰ Walmart, *Free Assembly*, <https://www.walmart.com/cp/free-assembly/3377730>

brendovi kao što su Zara i H&M dominiraju tržištem „brze“ mode s prodajom više od dvije milijarde proizvoda u 2018./2019. godini. *Second hand* tržište bilježi rast i predviđa se njezina vrijednost tržišta od 64 milijarde američkih dolara do 2024. godine.¹⁰¹

¹⁰¹ Statista, *Growth forecast for the fast fashion and second hand apparel market between 2019 to 2029*, <https://www.statista.com/statistics/1237898/fast-and-second-hand-fashion-market-growth-in-the-us/>

Zaključak

Prakse kružne ekonomije, *second hand* koncepta i održive potrošnje mogu pomoći u stvaranju održive budućnosti za modnu industriju te promovirati odgovorniji i etičniji način konzumiranja mode, no važno je poznavati materiju kako bi se izbjegao *greenwashing*, odnosno marketinški potez prodaje (zelene) magle. *Second hand* razmjena odjeće ne odnosi se samo na kupnju, već i na generacijsku razmjenu odjeće što je nerijetka praksa na Balkanu, a ljubav prema *vintage* modi i općenita nostalgija za prošlim desetljećima također su neki od ključnih faktora uspješnog poslovanja *thrift* i *second hand* trgovina. Buvljaci postaju sve popularniji u svijetu zbog različitih faktora, posebice zbog cjenovne prihvatljivosti i unikatnosti (odjevnih) predmeta. Održiva moda ne može biti u potpunosti održiva, no može znatno smanjiti utjecaj na okoliš ako se vodi računa o materijalima i cjelokupnom procesu proizvodnje. Sintetički materijali i mikroplastika koju sa sobom nosi stvaraju velik problem prilikom pranja odjeće jer mikroplastika dospijeva u oceane i na kraju, na naše tanjure. Modna industrija sa sobom nosi probleme kao što su etičnost, radni uvjeti, dječji rad, okrutnost prema životinjama i negativan utjecaj na okoliš. Međutim, moderna vremena donose i moderna rješenja pomoću kojih se uz određeno vrijeme i upornost, može znatno smanjiti negativni utjecaj.

Rezultati provedene ankete pokazali su kako najviše njih kupuje odjeću nekoliko puta godišnje, dva do tri komada tijekom jedne kupnje u trgovinama poput H&M-a, Zare, Stradivariusa i s ABOUT YOU stranice. Generacijska razmjena odjeće poznat je pojam i praksa među većinom ispitanika te su svi ispitanici čuli za *second hand* koncept i/ili za pojam održive mode. Rezultati ankete pokazali su faktor cjenovne prihvatljivosti kao prvi glavni razlog kupnje u *second hand* trgovini. Upoznatost s osnovama održivosti u modnoj industriji mogla bi se poboljšati, posebice što se tiče informiranosti o ispuštanju mikroplastike prilikom pranja odjeće, poznavanja modnih certifikata i utjecaja modne industrije na okoliš.

Bibliografija

Knjige:

Anguelov, Nikolay, *The Dirty Side of the Garment Industry: Fast Fashion and Its Negative Impact on Environment and Society*, 2016.

Bédat, Maxine, *Unraveled: The Life and Death of a Garment*, 2021.

Brooks, Andrew, *Clothing poverty: The Hidden World of Fast Fashion and Second-hand Clothes*, 2015.

Gallaud, Delphine, i Blandine Laperche, *Circular economy, industrial ecology and short supply chain*, izd. 4, 2016.

Ozipek, Bulent, i Hale Karakaş, *Advances in Filament Yarn Spinning of Textiles and Polymers*, 2014.

Članci:

Al-Shehri, Aisha Hassan, i Maha Abdullah Al Dabbagh, *Effectiveness of Incorporation Traditional Costumes into Educational Curriculum to Enhance Students' Awareness of Their Heritage*, časopis *Open journal to Social Sciences*, vol. 9, br. 6, 2021.

Andabaka, Ana, Beg, Marija, i Tomislav Gelo, *Challenges of Circular Economy in Croatia*, časopis *International Journal of Multidisciplinarity in Business and Science*, vol. 4, no. 5

De Falco, Francesca, Emilia Di Pace, Mariacristina Cocca, i Maurizio Avella, *The contribution of washing processes of synthetic clothes to microplastic pollution*, časopis *Scientific Reports*, izd. 9, 2019.

Del Rocío Bonilla, María, del Olmo Arriaga, José Luis, i David Andreu, *The interaction of Instagram followers in the fast fashion sector: The case of Hennes and Mauritz (H&M)*, časopis *Journal of Global Fashion Marketing*, 10(4)

Duque, Ana, Pequito, Sergio i Jennifer A. Pazour, *Industrial Hemp Fiber: A Sustainable and Economical Alternative to Cotton*, *Journal of Cleaner Production*

- Heiges, Jessica, i Kate O'Neill, *A Recycling Reckoning: How Operation National Sword catalyzed a transition in the U.S. plastics recycling system*, časopis *Journal of Cleaner Production*, vol. 378
- Jeong, Dayun, Enju Ko, *The influence of consumers' self-concept and perceived value on sustainable fashion*, časopis *Journal of Global Scholars of Marketing Science* 31
- Lim, XiaoZhi, *Microplastics are everywhere - but are they harmful?*, časopis *Nature* 593, 2021.
- Mandarić, Doroteja, Hunjet, Anica i Goran Kozina, *Perception of Consumers' Awareness about Sustainability of Fashion Brands*, časopis *Journal of Risk Financial Management* , vol. 14
- Razum, Andrea, Pandža Bajs, Irena i Zrinka Zekić, *Analiza čimbenika održive potrošnje generacije Z u modnoj industriji*, časopis *Ekonomski pregled*, vol. 68, no. 3
- Risannen, Timo, i Holly McQuillan, *Zero-waste fashion design : a study at the intersection of cloth, fashion design and pattern cutting*, SAD, 2013.
- Sadeghi, Banafsheh, Marfavi, Yousef, Aliakbari, Raouf, i Elaheh Kowsari, *Process of producing recycled polyester fibers from R-PET*, časopis *Materials Circular Economy* 3(1), 2021.
- Švarc, Jadranka, *Policy framework for implementation of a circular economy in Croatia: Past, present, and future*, časopis *Journal for Environmental Thought and Sociological Research*, vol. 31, no. 2

Esej

- Shell, Hanna R., "A Global History of Secondhand Clothing" esej na web stranici *Spreadable Media: Creating Value in a Networked World*, New York, 2013.

Izvještaj

- Schumacher, Kelsea, i Amanda L. Forster, *Facilitating a Circular Economy for Textiles – Workshop Report*, NIST Special Publication 1500-207, <https://nvlpubs.nist.gov/nistpubs/SpecialPublications/NIST.SP.1500-207.pdf>
- Stockholm Environment Institute, *Godišnje izvješće 2010.*, Stockholm: <https://SEI-AnnualReport-2010.pdf>

Online zakonski propisi

Strategija održivog razvitka Republike Hrvatske, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2009_03_30_658.html (pristupljeno 20.6.2023.)

Web stranice

Atlas Big, *World's top Cotton Producing Countries*, <https://www.atlasbig.com/en-us/countries-cotton-production> (pristupljeno 12.5.2023.)

Business & Human Rights Resource Centre, *Wage theft and pandemic profits: The right to a living wage for garment workers*, <https://www.business-humanrights.org/en/from-us/briefings/wage-theft-and-pandemic-profits-the-right-to-a-living-wage-for-garment-workers/> (pristupljeno 30.5.2023.)

Business of Fashion, *The \$13 Billion Zipper Wars*, <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/the-13-billion-zipper-wars/> (pristupljeno 20.5.2023.)

The Circularity Gap Reporting Initiative, <https://www.circularity-gap.world/> (pristupljeno 10.5.2023.)

Common Objective, <https://www.commonobjective.co/> (pristupljeno 10.5.2023.)

Duchene, Sascha, *10 most famous flea markets to visit in your lifetime*, <https://www.businessinsider.com/10-most-famous-flea-markets-to-visit-in-your-lifetime-2017-6> (pristupljeno 17.5.2023.)

éclipse, *Our Recycled Fabric*, <https://eclipseglove.com/pages/our-recycled-fabric> (pristupljeno 20.6.2023.)

Ellen MacArthur Foundation, <https://ellenmacarthurfoundation.org/> (pristupljeno 15.5.2023.)

Europski parlament, <https://www.europarl.europa.eu/> (pristupljeno 10.5.2023.)

European Union, <https://circulareconomy.europa.eu/platform/en> (pristupljeno 9.5.2023.)

Fair Trade Certified, *What We Certify*, <https://www.fairtradecertified.org/what-we-do/what-we-certify/> (pristupljeno 15.6.2023.)

- Fashionista, *What Really Happens to Your Clothing Donations?*, <https://fashionista.com/2016/01/clothing-donation> (pristupljeno 15.6.2023.)
- Global Organic Textile Standard, *The standard*, <https://global-standard.org/the-standard> (pristupljeno 15.6.2023.)
- Global Risk Management Institute, <https://grm.institute/blog/research-study-on-greenwashing/> (pristupljeno 17.5.2023.)
- Good On You, <https://goodonyou.eco/> (pristupljeno 20.5.2023.)
- Grundig, <https://www.grundig.com/fibercatcher> (pristupljeno 15.5.2023.)
- Hollis Flea Market, *Flea Market History*, https://www.hollisflea.com/flea_market_history.html (pristupljeno 12.5.2023.)
- IBISWorld, *Thrift Stores in the US – Number of Businesses*, <https://www.ibisworld.com> (pristupljeno 12.5.2023.)
- International Labour Organization, *The Rana Plaza disaster ten years on: What has changed?* <https://www.ilo.org/infostories/en-GB/Stories/Country-Focus/rana-plaza> (pristupljeno 15.5.2023.)
- International Textile and Apparel Association, *Code of Ethics*, <https://itaaonline.org/page/Ethics> (pristupljeno 15.5.2023.)
- Linda Friedman Schmidt, *Clothing and Memory*, <https://www.lindafriedmanschmidt.com/clothing-and-memory/> (pristupljeno 13.5.2023.)
- MacArthur, Angela, i Stephanie Przybylek, *Understanding the use of formaldehyde in clothing and textiles*, <https://study.com/learn/lesson/formaldehyde-uses-limits-testing-clothing.html> (pristupljeno 30.6.2023.)
- Manufy, *Clothing Production in Croatia*, <https://www.manufy.com/conutries/croatia/> (pristupljeno 22.6.2023.)
- Mara Hoffman, *Our Approach*, <https://marahoffman.com/pages/our-approach> (pristupljeno 20.6.2023.)

Mordor Intelligence, *EUROPE COTTON MARKET SIZE & SHARE ANALYSIS - GROWTH TRENDS & FORECASTS (2023 - 2028)*, <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/europe-cotton-market> (pristupljeno 20.6.2023.)

Organisation For Economic Co-operation and Development, *OECD.Stat*, <https://www.oecd-ilibrary.org/> (pristupljeno 15.6.2023.)

OEKO-TEX standard, *OEKO-TEX® STANDARD 100*, <https://www.oeko-tex.com/en/our-standards/oeko-tex-standard-100> (pristupljeno 15.6..2023.)

Oxfam, *What She Makes*, <https://www.oxfam.org.au/what-she-makes/> (pristupljeno 12.5.2023.)

Panaprium, *8 Best Croatian Clothing Brands You Need To Know*, <https://www.panaprium.com/blogs/i/croatia-clothing> (pristupljeno 25.6.2023.)

Patagonia, *Our Environmental Responsibility Programs*, <https://www.patagonia.com/our-responsibility-programs.html> (pristupljeno 25.6.2023.)

The R Collective, *Circular Economy vs. Linear Economy*, <https://thercollective.com/blogs/r-stories/circular-economy-vs-linear-economy> (pristupljeno 10.5.2023.)

Reformation, *The Sustainability Report*, <https://www.thereformation.com/sustainability-report-q4-2022.html> (pristupljeno 25.6..2023.)

Sieban, Rob, *The Staying Power of the Flea Market*, <https://www.cobizmag.com/the-staying-power-of-the-flea-market/> (pristupljeno 10.6.2023.)

Sitra, *A circular economy*, <https://www.sitra.fi/en/topics/a-circular-economy/> (pristupljeno 5.6.2023.)

The Sport-Inspiration Magazine, *Climate neutral by 2050: This is Adidas' sustainability plan*, <https://www.ispo.com/en/companies/adidas-sustainability-plan-climate-neutral-2050> (pristupljeno 17.6.2023.)

Statista, <https://www.statista.com/> (pristupljeno 15.5.2023.)

Sweden, <https://sweden.se/> (pristupljeno 18.6.2023.)

- TextileExchange, *Preferred Fiber & Materials*, Market Report 2021, https://textileexchange.org/app/uploads/2021/08/Textile-Exchange_PREFERRED-Fiber-and-Materials-Market-Report_2021.pdf (pristupljeno 15.5.2023.)
- thredUP, *11th Annual Resale Report*, <https://www.thredup.com/> (pristupljeno 27.5.2023.)
- thredUP, *Secondhand Is Stealing More Share of Closet Than All Other Growth Channels Combined*, <https://www.thredup.com/resale/#transforming-closets> (pristupljeno 27.5.2023.)
- Triarchy, *Sustainability*, <https://triarchy.com/pages/sustainability> (pristupljeno 12.4.2023.)
- UN Programme Environment, *Sustainable consumption and production policies*, <https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/sustainable-consumption-and-production-policies> (pristupljeno 12.5.2023.)
- United States Environmental Protection Agency, <https://www.epa.gov/> (pristupljeno 10.5.2023.)
- Walmart, Free Assembly, <https://www.walmart.com/cp/free-assembly/3377730> (pristupljeno 20.6.2023.)
- The World Bank, *Rethinking waste: How a circular economy can help Croatia achieve a more sustainable future*, <https://blogs.worldbank.org/europeandcentralasia/rethinking-waste-how-circular-economy-can-help-croatia-achieve-more> (pristupljeno 10.5.2023.)
- The World Counts, *Tons of water used in cotton production*, <https://theworldcounts.com/challenges/consumption/clothing/cotton-farming-water-consumption> (pristupljeno 1.6.2023.)
- Zero Waste International Alliance, *Zero waste definition*, <https://zwia.org/zero-waste-definition/> (pristupljeno 15.5.2023.)
- Zhao, Kacy, *Fast Fashion*, <https://www.racetoacure.org/post/fast-fashion> (pristupljeno 9.5.2023.)

Popis ilustracija

Tablice

| | |
|---|----|
| Tablica 1 Usporedba troškova vode za uzgoj pamuka i konoplje | 30 |
| Tablica 2 Tone odbačene odjeće i obuće u SAD-u od 1960.-2018. | 35 |
| Tablica 3 Prikaz dobnih skupina ispitanika | 43 |
| Tablica 4 Prikaz županija ispitanika | 44 |
| Tablica 5 Prikaz podataka o obrazovnom statusu ispitanika | 45 |
| Tablica 6 Prikaz trgovina u kojima ispitanici najčešće kupuju | 49 |
| Tablica 7 Razlog kupnje u <i>second hand</i> trgovini | 51 |
| Tablica 8 Razlozi izbjegavanja kupnje u <i>second hand</i> trgovini | 52 |
| Tablica 9 Prikaz rezultata kviza o osnovama održivosti u modnoj industriji..... | 53 |

Grafikoni

| | |
|--|----|
| Grafikon 1 Stopa korištenja materijala u kružnoj ekonomiji u Hrvatskoj..... | 13 |
| Grafikon 2 Vrijednost svjetskog tržišta "brze" mode 2021.-2027..... | 15 |
| Grafikon 3 Broj <i>thrift</i> trgovina u SAD-u od 2013. do 2023. godine | 17 |
| Grafikon 4 Globalno tržište materijala | 21 |
| Grafikon 5 Svjetska proizvodnja pamuka od 1990. do 2021..... | 25 |
| Grafikon 6 Najveći uvoznici pamuka u 2021./2022. (u tisućama tona) | 26 |
| Grafikon 7 Najveći izvoznici pamuka u 2021./2022. (u tisućama tona) | 27 |
| Grafikon 8 Proizvodnja energije u EU, Hrvatskoj, Danskoj i Bugarskoj (2000.-2021.)..... | 40 |
| Grafikon 9 Podjela ispitanika po spolu..... | 43 |
| Grafikon 10 Prikaz podataka o radnom statusu ispitanika | 46 |
| Grafikon 11 Prikaz podataka o visini dohotka kućanstva..... | 47 |
| Grafikon 12 Prikaz podataka u svezi učestalosti kupnje | 48 |
| Grafikon 13 Prikaz podataka o broju kupljene odjeće..... | 48 |
| Grafikon 14 Prikaz podataka o generacijskoj razmjeni odjeće..... | 50 |
| Grafikon 15 Prikaz podataka o upoznatosti ispitanika s pojmovima održive mode i <i>second hand</i> koncepta..... | 50 |
| Grafikon 16 Prikaz podataka o navikama kupnje u <i>second hand</i> trgovinama..... | 51 |
| Grafikon 17 Faktori kupnje rangirani po važnosti..... | 53 |
| Grafikon 18 Upoznatost s hrvatskim brendovima/ Instagram profilima | 56 |

| | |
|--|----|
| Grafikon 19 Prihodi tržišta odjeće u srednjoj i zapadnoj Europi u 2022. godini (u milijunima američkih dolara) | 58 |
| Grafikon 20 Sektor ekoloških dobara i usluga u Hrvatskoj i Švedskoj izražen u BDP-u (2015.-2020.) | 60 |
| Grafikon 21 Prognoza rasta američkog tržišta "brze" mode i second hand mode (2019.-2029.)..... | 62 |

Slike

| | |
|--|----|
| Slika 1 Model kružnog gospodarstva..... | 5 |
| Slika 2 Usporedba linealne, reciklažne i kružne ekonomije..... | 8 |
| Slika 3 Hijerarhija menadžmenta otpada | 9 |
| Slika 4 Stvaranje novih odjevnih predmeta od "otpadaka" | 10 |
| Slika 5 Kružna ekonomija u svijetu i u Hrvatskoj | 12 |
| Slika 6 Tržište <i>second hand</i> poslovanja..... | 18 |
| Slika 7 Proces recikliranja poliesterskih vlakana | 23 |
| Slika 8 Strategija "tri petlje" tvrtke Adidas..... | 28 |
| Slika 9 Potrebna količina vode za uzgoj pamuka i konoplje (u milijunima litara po hektaru) | 30 |
| Slika 10 Izvori mikroplastike u oceanu | 31 |

Prilozi

Prilog 1 – obrazac anketnog upitnika

Informiranost, osviještenost i stavovi stanovnika na području RH u svezi *second hand* kupnje i pojma održive mode

Poštovani/a,

u nastavku se nalazi anketa koja se provodi u svrhu pisanja diplomskog rada na temu "*Svijet kružne ekonomije, second hand koncepta i održive potrošnje u svijetu mode*". Za uspješnu izradu i provedbu istraživanja, neophodno je anketiranje stanovnika na području RH u svezi prethodno napomenutih pojmova.

Anketa je anonimna i traje 6-7 minuta. Unaprijed zahvaljujem na izdvojenom vremenu :)

Za sva pitanja, nedoumice i slično, možete me kontaktirati putem e-mail adrese: ds3662@fthm.hr

I. ODJELJAK

Spol:

- Ženski
- Muški

Dob:

- <18
- 19-24
- 25-34
- 35-44
- 45-60
- više od 60 godina

Županija:

- Bjelovarsko-bilogorska
- Brodsko-posavska
- Dubrovačko-neretvanska
- Grad Zagreb
- Istarska
- Karlovačka
- Koprivničko-križevačka

- Krapinsko-zagorska
- Ličko-senjska
- Međimurska
- Osječko-baranjska
- Požeško-slavonska
- Primorsko-goranska
- Sisačko-moslavačka
- Splitsko-dalmatinska
- Šibensko-kninska
- Varaždinska
- Virovitičko-podravska
- Vukovarsko-srijemska
- Zadarska
- Zagrebačka

Obrazovni status:

- Završena osnovna škola
- Učenik/ca srednje škole
- Završeno srednjoškolsko obrazovanje
- Student/ica preddiplomskog studija
- Završen preddiplomski studij
- Student/ica diplomskog studija
- Završen diplomski studij
- Student/ica doktorskog studija
- Završen doktorski studij

Radni status:

- Zaposlen/a na puno radno vrijeme
- Zaposlen/a na pola radnog vremena
- Nezaposlen/a
- Umirovljen/a

Visina dohotka Vašeg kućanstva:

- <499 eura
- 500 – 799 eura
- 800 – 1.099 eura
- 1.100 – 1.499 eura
- 1.500 – 1.999 eura
- više od 2.000 eura

II. *SECOND HAND* KONCEPT I ODRŽIVA MODA

Koliko često kupujete odjeću?

- Jednom u dva tjedna
- Nekoliko puta mjesečno
- Jednom mjesečno
- Jednom u pola godine
- Nekoliko puta godišnje
- Jednom godišnje
- Jednom u nekoliko godina

Koliko komada odjeće najčešće kupujete?

- Jedan komad odjeće
- Dva do tri komada odjeće
- Četiri do pet komada odjeće
- Više od pet komada odjeće

U kojim trgovinama najčešće kupujete?

- Zara
- Bershka

- Stradivarius
- H&M
- ASOS
- ABOUT YOU
- Zalando
- Mango
- Textile House
- ostalo

Jeste li ikada nosili odjeću koju su Vaša braća/sestre, rodbina ili prijatelji prerasli?

- Da
- Ne

Jeste li čuli za pojam održive mode i *second hand* koncepta?

- Čuo/la sam za oba pojma
- Čuo/la sam za održivu modu
- Čuo/la sam za *second hand* koncept
- Nisam čuo/la ni za jedan pojam

Jeste li ikad posjetili second hand trgovinu (npr. Textile House) ili kupovali second hand odjeću online?

- Kupovao/la u second hand trgovini
- Kupovao/la second hand odjeću online
- Kupovao/la u second hand trgovini i online
- Nisam kupovao/la

Ako ste kupovali i/ili još kupujete, zašto ste se odlučili na second hand koncept trgovine?

- Jeftinije je nego u ostalim trgovinama
- Vidio/la sam nešto što mi se sviđelo u izlogu
- Nisam (bio/la) u mogućnosti priuštiti novu odjeću
- ostalo

Ako niste kupovali, što je razlog?

- Averzija prema trgovinama s rabljenom odjećom
- Nepovjerenje u higijenu
- Nedostupnost trgovinama s rabljenom odjećom
- Loša kvaliteta odjeće
- Stid
- ostalo

Rangirajte faktore kupnje po važnosti:

| | Nije uopće bitno | Nije donekle bitno | Niti je bitno niti nebitno | Donekle je bitno | Vrlo je bitno |
|-----------------------------------|------------------|--------------------|----------------------------|------------------|---------------|
| Cijena | | | | | |
| Kvaliteta | | | | | |
| Materijal (reciklirani, organski) | | | | | |
| Lokalna proizvodnja | | | | | |
| Modni trend | | | | | |

III. POZNAVANJE OSNOVA O ODRŽIVOSTI U MODNOJ INDUSTRIJI

Modna industrija jedna je od najvećih industrijskih zagađivača i degradira Zemlju na koje načine?

- Krčenjem šuma
- Dezertifikacijom i degradacijom tla
- Gubitkom biološke raznolikosti

Što karakterizira brzu modu?

- Velike količine proizvedene odjeće

- Praćenje i prilagodba novim modnim trendovima
- Većina odjeće napravljena je od sintetičkog materijala

Modna industrija odgovorna je za 10% godišnjih globalnih emisija ugljika, više od svih međunarodnih letova i pomorskog prometa zajedno.

- Točno
- Netočno

Koliko je litara vode potrebno za izradu jednog para traperica, uzevši u obzir cjelokupni proces; od proizvodnje pamuka do dospjeća u trgovinu?

- 3.781 L
- 52 L
- 1.250 L

Koji je postotak pretvaranja rabljene odjeće u recikliranu?

- Manje od 1%
- 2-3%
- 10%

Kako bi brza moda bila jeftina za zapadnjačku potrošnju, radnici u bangladeškim tvornicama odjeće zarađuju približno 95 dolara mjesečno, a minimalni životni troškovi iznose 443 dolara mjesečno.

- Točno
- Netočno

Što se od navedenih pojmova smatra odgovornom kupnjom?

- Kupnja nove odjeće koja odgovara sezonskim trendovima
- Kupnja u *second hand* trgovinama
- Kupnja nekoliko visokokvalitetni predmeti koji će trajati
- Odabir odjeće od prirodnih vlakana poput organskog pamuka

Što je od navedenih sintetičkih materijala napravljeno od plastike?

- Najlon
- Poliester
- Viskoza
- Likra

Svake sekunde, ekvivalent jednom kamionu smeća punom odjeće spali se ili baci na odlagalište.

- Točno
- Netočno

Proizvodnja tek jednog kilograma kojeg materijala iziskuje 20 tisuća litara vode?

- Lan
- Pamuk
- Konoplja

Koji se od navedenih certifikata odnose na modnu industriju?

- GOTS
- OEKO-TEX
- Fair Trade
- EU Ecolabel
- UTZ

IV. *SECOND HAND* I ODRŽIVA MODA U HRVATSKOJ

- Kanta Trash (unikatni šeširi napravljeni od recikliranih materijala)
- Eston Teco (odjeća i dodaci napravljeni od održivih i recikliranih materijala lokalne manufakture)
- Mama's Closet (*second hand* buvljaci po Rijeci)
- HYPERsocks (zagrebački brend dizajnerskih čaraša od održivog materijala)
- Humana Nova (stvaranje novih vrijednosti upotrebom odbačenih tekstilnih materijala)
- mojekrpice.hr (online prodaja i kupnja *second hand* proizvoda)

- Art Studio Glassy (naušnice od recikliranog stakla)
- Fosca (brend koji se bavi dizajnom od ekološki proizvedenih i recikliranih materijala)
- Simone Design (ručno izrađene torbe, ruksaci, satovi, šalovi i marame)
- Iva Viljanac Jewellery (ručno izrađeni minimalistički nakit od srebra i čelika)