



ΕΝΟΤΗΤΑ 3 Φύλλο εργασίας

Giveaways:

1. Χάρη στις στρατηγικές διαφάνειας και εντοπισμού, μια μάρκα μπορεί να συλλέγει αξιόπιστες πληροφορίες σχετικά με τις αλυσίδες παραγωγής της και να τις μοιράζεται με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, ώστε να εντοπίζει πού η μόδα έχει αρνητικές περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις και, ως εκ τούτου, να είναι σε θέση να αντιμετωπίσει μια θετική αλλαγή.
2. Για να βρει ανεξάρτητους προμηθευτές υλικών και παραγωγής, μια μάρκα βιώσιμης μόδας μπορεί να συμβουλευτεί εμπορικές εκθέσεις, διαδικτυακούς καταλόγους, αντιπροσώπους, εκθεσιακούς χώρους ή πλατφόρμες αγοράς προμηθευτών, αποθηκάρειους ή καταστήματα υφασμάτων.
3. Οι πιστοποιήσεις είναι απαραίτητες για να διασφαλιστεί ο τρόπος κατασκευής ενός συγκεκριμένου υφάσματος ή προϊόντος, ο τρόπος λειτουργίας ενός εργοστασίου ή ακόμη και της δικής σας μάρκας. Οι πιο συνηθισμένες πιστοποιήσεις έχουν οργανωθεί σε 4 υποκατηγορίες, Περιβαλλοντικές, Βιολογικές, Ανακυκλωμένες, Ζωικές.

Δραστηριότητα αυτοαναστοχασμού:

Πρόσφατα στοιχεία από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή δείχνουν ότι πολλές μάρκες μόδας και λιανοπωλητές είναι υπεύθυνοι για το "greenwashing" και υπερβάλλουν για τα πιστοποιητικά βιωσιμότητάς τους χωρίς αποδείξεις. Για παράδειγμα, πολλές μάρκες προβάλλουν ένα ευρύ φάσμα ισχυρισμών σχετικά με τις ίνες που χρησιμοποιούν χωρίς να παρέχουν αποδείξεις για τα περιβαλλοντικά τους πιστοποιητικά- άλλες ισχυρίζονται ότι τα προϊόντα τους είναι βιώσιμα, λαμβάνοντας υπόψη μόνο ορισμένα στοιχεία των προϊόντων τους, π.χ. αναφέροντας τα υλικά και τις περιβαλλοντικές πτυχές, αλλά παραλείποντας τις διαδικασίες και τις κοινωνικές πτυχές, με αποτέλεσμα να δίνουν παραπλανητικές πληροφορίες. Το "Greenwashing" παραπλανά τους παράγοντες της αγοράς και δεν δίνει τη σωστή αξία στις εταιρείες που πραγματικά καταβάλλουν προσπάθειες για να πρασινίσουν τα προϊόντα και τις διαδικασίες τους. Εν τέλει, βλάπτει τις προσπάθειες για τη μετάβαση προς μια πιο πράσινη οικονομία.

Κι εσείς; Επικοινωνείτε τη δέσμευσή σας για βιωσιμότητα μέσω σαφών, ακριβών και ξεκάθαρων δεδομένων;

Μελέτη περίπτωσης

Προκειμένου να προστατεύσει τους πελάτες της από το φαινόμενο του "greenwashing", το 2022 η εταιρεία Ganni επέλεξε να βασιστεί στην Provenance[®], μια τεχνολογική λύση διαφάνειας για αξιόπιστους ισχυρισμούς βιωσιμότητας. Μόλις επιλεγεί το προϊόν, είναι δυνατό να κάνετε κλικ στο εικονίδιο Provenance[®] και να δείτε τα διάφορα στάδια της αλυσίδας εφοδιασμού του, από το σχεδιασμό, μέχρι την νηματοποίηση, την κατασκευή υφασμάτων, την παραγωγή ενδυμάτων - εν ολίγοις, όλες τις εταιρείες στις οποίες έγινε η επεξεργασία του προϊόντος. Με τον τρόπο αυτό, η



Γαππύ διευκολύνει τους πελάτες να ενημερώνονται συνειδητά και να κάνουν υπεύθυνες επιλογές αγοράς.

Μάθετε περισσότερα στην Ενότητα 3 μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας

<https://tecofash.erasmus.site/>

TECO
FASH



Co-funded by
the European Union