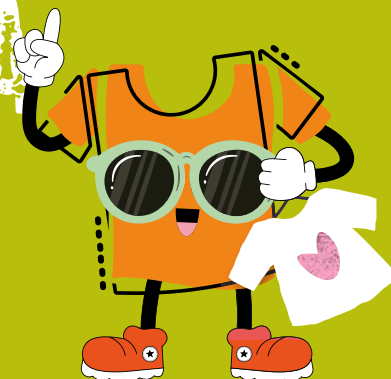


2. eskua

BIGARREN ESKU
PRIMERAKO
ALTERNATIBA



MADRE CORAJE
De tu compromiso nace la esperanza

Gobierno
de Navarra



Nafarroako
Gobernua





Zangoza kalea, 38. Arrosadia. Pamplona-Iruña - 31005 Nafarroa | T. 948 233 289 | navarra@madrecoraje.org

www.madrecoraje.org

Jarrai gaitzazu:

 www.facebook.com/asociacionmadrecoraje/

 @MCorajeONGD

 @madrecorajeongd

 www.youtube.com/user/madre0coraje

Diseinua eta maketazioa:

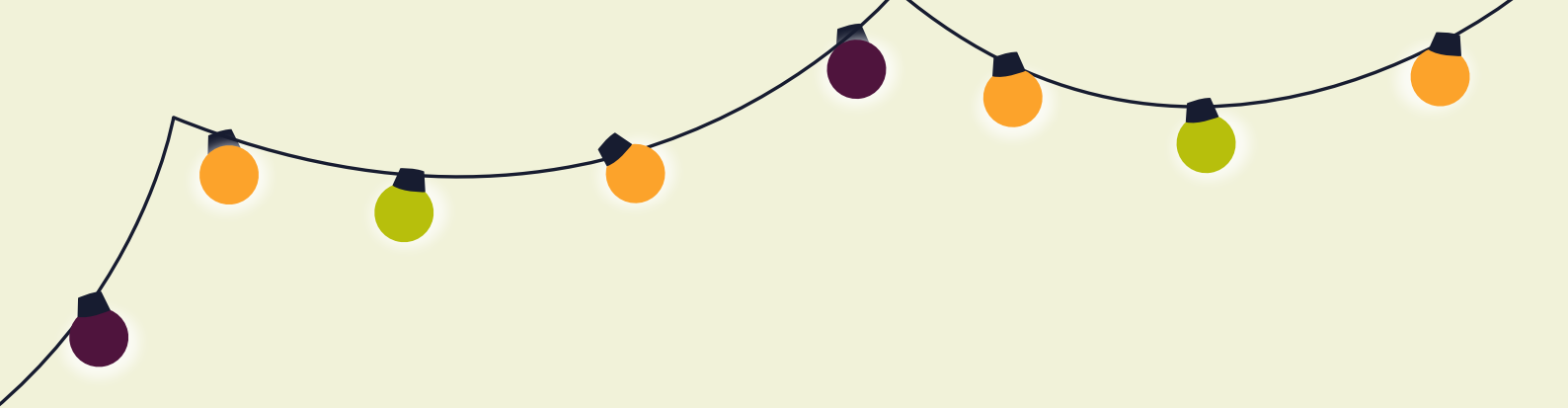
basati | maitetxumdiez@gmail.com



BIGARREN ESKUA PRIMERAKO ALTERNATIBA

Diagnostiko honek jendea sentsibilizatu eta kontzientziatu nahi du moda azkarrak gizartean, ingurumenean eta ekonomian sortzen duen eraginaz eta, aldi berean, bigarren eskua jarri erdigunean, primerako alternatiba baita. Halaber, moda jasangarriak Nafarroan dituen hainbat aukera erakutsiko ditugu, mundu zuzenago eta jasangarriagoa eraikitzeko, bai eta kontsumitu eta ekoizteko orduan errausten gaituen, giza eskubideak urratzen dituen eta planeta suntsitzen duen industria deseraikitzeko.

Bigarren eskua egiazko alternatiba dela ikusarazi nahi dugu, egiazko alternatiba moda azkarrak gizarte, ingurumen eta ekonomia arloetan sortzen duen eragin kaltegarriaren aurrean. Gure begirada globala gakoa da diagnostiko honetan, bai eta moda azkarrak sortzen dituen eragin guztien gaineko begirada holistikoa ere, trazabilitatean oinarritua; hau da, jantzia ikusi jantzia diseinatzen denetik bizialdia amaitzen zaion arte.





1. TESTUINGURUA: EHUNGINTZA

Ehungintza edo ehun-industriari buruzko DATU OROKORRAK:

1. Ur geza gehien kutsatzen duenetako bat da eta uraren % 20 kutsatzen du.
2. Munduko CO2 isurien % 10 eragiten du.
3. Ehun-ekoizpenean, 3.500 substantzia kimiko baino gehiago erabiltzen dira
4. 2.000 litro ur behar dira kotoizko kamiseta bat ekoizteko
5. 9.000 bilioi litro ur erabiltzen dira tindatze prozesurako
6. Ehun-zuntzen % 64 poliester dira. Zuntzok plastiko txikiak sortzen dituzte, eta itsasora eta gure plateretara iristen dira.
7. 75 milioi lagun enplegatzen ditu; % 80 emakumeak. Dena den, haietako gehienak baldintza kaxkar-kaxkarretan ari dira.
8. Modak 300 milioi enplegu baino gehiago sortzen ditu mundu osoan (NBE)
9. Espainian, BPGaren % 2,8 sortzen du.
10. Kamiseta batek, bana beste, 65.000 kilometro egiten ditu (1,5 itzuli planetari)
11. Europar bakoitzak, bana beste, 16 kilo ehun-hondakin sortzen ditu
12. % 10-13 baizik ez da biltzen arropa-edukiontzietan, berrerabiltzeko eta birziklatzeko.
13. Ehunaren % 88 zabortegetara iristen da.
14. Eta 1,5 eta 2,5 kilo artean birziklatzen dira

- 
15. Jantzi gehienak egiteko, hainbat ehun-zuntz nahasten dira; horrenbestez, birziklatze prozesua oso korapilatsua da.
 16. % 88 zabortegira iristen da edo errausten da
 17. Fast fashion arroparen erdia baino gehiago urtebetea igaro baino lehen botatzen dugu.
 18. 2025ean, **ON LINE salmenta % 21 da**



2. BIGARREN ESKUKO MODAREN JUSTIFIKAZIOA:

Historia pixka bat

Egoera hori ikusirik, bigarren eskua primerako aukera da, bizitza eta planeta erdigunean jarrita; eta ehu-na merkaturatzen da mundu zuzenago bat eraikitzeko, merkatuan dagoen arroparen bidez; hori nahikoa baita.

Bigarren eskuaren industria ez da duela gutxiko zerbait eta ez da hasi online plataformen bitartez. Ehungintza-ren barnean, bigarren eskua ekonomia historikoaren parte izan da: izan ere, aspaldi-aspaditik hona, begirada horrekin lan egin eta arropa trukatu da; bereziki, eskasia zegoen garaietan.

Aspaldikoa da arropa iraunkortasunez erabiltzearen kontua, oinarria baitzen arropa erabiltzea harik eta trapu bihurtu arte. Horregatik, erabileraren erabileraz desegina zegoenean bakarrik botatzen zen arropa, eta haren eginkizuna amaitua zenean.

Antzinatean, Greziako eta Erromako merkatuan, produktu erabiliak merkatu txikietan salerosten ziren; haien artean, bigarren eskuko arropa erosi eta saldu egiten zen. XIII.-XV. mendeetako Italian, bigarren eskuko arti-sautza-produktuak berrerabili eta birsaltzen ziren herri xehearen artean, hura lehengai garestien eta marjina apal-apalen alternatiba baitzen. Hori oso zabaldua zegoen maila globalean.

Gero, XVIII. eta XIX. mendeetan, bigarren eskua Londresen eta Parisen agertu zen. Ikusi zen bigarren eskua negozio errentagarria zela eta, alternatiba, diru gutxiago zuen jendearendako. XVIII. mendean baziren azokak edo merkatuak Madrilan, Bartzelonan eta Sevillan. Gero, XIX. mendean eta XX.aren hasieran, Espainian, biga-rren eskua merkatu txikietan saltzen zen, bai eta beharrak eraginda ere.

XX. mendean, “charitie” edo ongintzak sortu ziren; hau da, dirua duen jendea maila sozialean kontzientziatu zen, etxean soberan zuten arropa Elizari ematen hasita. Elizak arropa arropategietan biltzen zuen, pobrezian zegoen jendearen artean banatzeko. Espainiako Gerra Zibilaren ondotik, 40-50eko hamarkadetan, bigarren eskua aukera bakarra izan zen, garai hartan gizartean premia eta pobrezia handia zegoelako. Gero, 60-70eko hamarkadetan, baziren merkatu txikiak, baina oraindik ere bigarren eskua premiarekin eta pobreziarekin lot-zen zen, klase sozialen bereizgarri.



80-90eko hamarkadan, vintage moda hasi zen Europan zabaltzen. Espainiara geroago iritsi bazen ere, estilo horretako denda gutxi batzuk hasi ziren zabaltzen -herrialde europarren eragin handiarekin- Espainiako hiririk kosmopolitenetan, hala nola Madril eta Bartzelonan.

2000ko hamarkadan, Internet iristearekin batera, bigarren eskua saltzeko plataformak sortu eta, haien bidez, bigarren eskuko produktuak hasi ziren saltzen, baina oso gutxi. Gaur egun, berriz, mugikorra gure bizitzetan hainbeste erabiltzen dugun honetan, dena erosten dugu klip batean, bai eta bigarren eskuko arropa ere, horretan VINTED plataforma nabarmentzen dela.

MODAES (<https://www.modaes.com/back-stage/cuántas-tiendas-de-segunda-mano-hay-en-espana-la-concentración-marca-el-sector>) hedabideak hainbat argitalpenetan baieztatu du 800 denda daudela guztira Espainian; erdia baino gehiago Bartzelonan, Madril eta Andaluzian. Batez ere, Madril, Bartzelona, Sevilla eta Valentzia hirietan. Guztira, 55 plataforma dira online, 21 merkatu egonkor, eta bigarren eskuko produktuen salmentaren bultzada nabarmena. Dena den, oraindik ere Europan bana beste askoz ere zabalduagoa dago. Erresuma Batuan, adibidez, bigarren eskuko dendak 10.200 dira. Datuok Humana-k 2025ean egindako azterlanean ageri dira: https://www.humana-spain.org/uploads/archivos/otros/humana_estudio-tiendas-de-ropa-de-segunda-mano_abril-2025.pdf. Bigarren eskuko dendek kudeaketa operadore gutxi batzuetan dago metatua, ModaRE-Aeress-Humana-Madre Coraje-Cudeca nabarmenduta. Horien % 47 gizarteratze erakundeetan dago. TradeUp-en azken txostenean, 2024an merkatu globala % 15 hazi zen. Espainian, % 79 hazi zen 2022an, eta bezeroen % 54, bere interesa agertu zuen bigarren eskuko produktuak erosteko, honako argitalpen honen arabera: <https://www.modaes.com/entorno/scrap-y-ahora-que-segunda-mano-capacidad-industrial-y-financiación> Argitalpen berean ere Refashion-en informazioa dago zehaztua. Horren arabera, 2022an, Espainiako SCRAP sistema berriak 260.430 tona arropa bildu zituen (3,9 kilo biztanle bakoitzeko). Baina kopuru horretatik, 187.609 tona bakarrik sailkatu ziren. Entitateak ez du azaldu zer gertatzen den gainerrako produktuekin.

EAE Business School-en txosten baten arabera, Espainian bana beste 87 euro gastatzen da bigarren eskuko arropan. Baina Z belaunaldiak askoz ere gehiago, prezio onean eta ingurumenaren gainean kontzientziaturik. Bigarren eskuko merkatua ehungintzaren % 10 da. (<https://www.modaes.com/back-stage/segunda-mano-en-espana-ocasional-mas-frecuencia-entre-hombres-y-87-euros-al-ano>).

Gaur egun, bigarren eskuaren eztanda gertatu da, eta bai oro har, bai Iruñean bereziki, gure artean geldituko da. Izan ere, bigarren eskua dirurik gabeko jendearendako zelako ideia ordez bestelako begirada zabaldu da gaur egun, hots, jasangarritasunaren eta gizarte erantzukizunaren aldeko begirada. Era berean, norberaren estiloarekin edo retro edo vintage janzteak bultzatutik, horrelako dendetan kontsumitzera jotzen dugu: denda batzuek irabazi-asmoa dute, eta beste batzuk, berriz, irabazi-asmorik gabeak dira, adibidez Madre Coraje. Bigarren eskua saltzen duten plataforma digitalek online salmenta zabaldu dute jendearen artean; bereziki, gazteen artean, baina gero eta gehiago erakartzen du adin guztietako jendea. Salerosteko molde horren ondorioz, halaber, bigarren eskua izugarri igo eta zabaldu da. Gaur egun, bigarren eskua modan dago.

Mentalitate-aldaketa gertatu da gizabanakoengan bigarren eskuaz, baina gizartean ere zabaltzen ari da. Horren eraginez, bigarren eskua saltzeko ekimen asko sortu dira, bai fisikoak, bai online. Praktika horietan, bi ikuspen daude uztarturik: batetik, bigarren eskua baliabide gisa ikusten da eskasiaren aurrean, eta bestetik, ehun-kontsumo arduratsu eta zirkularraren aldeko apustu gisa.

Nafarroa ere arestian deskribatu dugun mundu mailako bidean doa aurrera, eta sumatzen da, gainera, nolabaiteko kultur sustraia dagoela bigarren eskuko produktuen truke edo salmenta horretan, landa giroko azoketan, elkarte mugimendua eta komunitarioa oso errotua baitago, iraganean ere begirada pausatuta. Gaur egun, bigarren eskuaren aldeko hainbat denda eta ekimen sortzen ari dira gure komunitatean. Dokumentuaren bukaeran, haietako batzuei buruzko argibidea emanen dizuegu.

Begirada ehungintzan pausatzen badugu, XIX. mendea nabarmentzen da, 1800 inguruan hasi baitziren lehen moda-desfileak egiten bilduma berriak aurkezteko. Une hartan, izan ere, moda tailerretatik atera eta jende zabalagoarengana iritsi zen; orduantxe ere hasi ziren joerak batzen. Oraindik ere oso eskusiboa da.

Ehun-ekoizpenaren ekoizpen neurrigabearen jauzi izugarria XXI. mendearen hasieran gertatu zen, hau da, 50.000 milioi jantzi egin ziren 2000. urtean eta, 2015ean, aldiz, 100.000 milioi. Beraz, 15 urtean, urteko ekoizpena bikoiztu zen (Ellen MacArthur Foundation, 2017, p.18). Eta EBk egindako kalkuluen arabera, 145.000 milioi jantzi ekoiztuko dira 2030erako.

Bestalde, biztanle bakoitzeko kontsumoa % 60 handitu zen, bana beste. **Eskura diren estatistikek** iradoki dute 80.000 eta 150.000 milioi jantzi artean fabrikatzen direla urtean eta, haietariko % 10 eta % 40 artean ez direla saltzen. Europar Batasunaren kalkuluen arabera, 145.000 milioi ehun ekoizten dira urtean (<https://lapera.mx/es-el-sucio-secreto-de-la-industria-por-que-el-problema-del-exceso-de-oferta-de-la-moda-es-un-desastre-medioambiental/>). Baina urteotan ez da inolako kezkarik izan hondakinen gainean; dinamika bestelakoa baita, hots, neurrigabe ekoiztea eta neurrigabe kontsumitzea. Ekuazio horretan, marketinak sekulako eginkizuna betetzen du, erabili eta botatzeko arropa jendearen egunerokotasunaren kontua dela zabaldua.

Gaur egun, ingurumenaren aldeko kontzientzia zabaldu da gizartean, eta gero eta ekimen gehiagok jartzen dute zalantzan planeta erraustu eta giza eskubideak urratzen dituen ekoizpen eta kontsumo moldea. Estatuko zein Europako arauak eta legeak lagundurik, patroi batzuk aldatzen doaz, dela era kritikoan, dela beharturik.

Ikusirik ehungintzak toki mailan, estatuan eta mundu osoan sortzen duen hondakin kopuru esponentziala eta ikusirik zaborteigira eramaten edo errausten dela, galdera egiten diogu geure buruari: *Behar adinako ahalmena dugu ehun kantitate hori kudeatzeko eta zaborteigietara ez eramateko? Badago behar bezalako merkataria hirietako ehun-bilketatik aukeratuko den bigarren eskuko arropa guztirako?*

Horrek kezkatzen gaitu gaur egun eta horretan ari gara. Horretan ere jarriko du arreta Europako legediak eta, ondorioz, Estatu kide guztiek hori kudeatzen hasi beharko dute. Horren haritik, espero dugu 2025. urtearen amaieran onartzea ehun jasangarri eta zirkularren estrategia babestuko duen Legea. Erresuma eta Herbeheretan, adibidez, birziklapen sistemaren kolapsoa gertatu da. Horrek behar bezalako jarraibideak eman behar dizkigu kolapsora garamatzaten lan moldeak ez errepikatzeke. Arestian esan dugun bezala, Madre Corajen dugun abiapuntua da kontsumitzeari uztea eta geure erosketak zalantzan jartzea.

Gure bezeroak pixka bat gehiago ezagutu nahi izan ditugu, fast fashionaz eta beste kontsumo aukera batzuez zer pentsatzen duten jakiteko, hala nola bigarren eskuko dendeak. Bada, ondoren, inkesta horietan lortu ditugun emaitzak erakutsiko ditugu.

Zure Kamisetaren Bidaia 2.0 proiektuaren baitan, eta gure bezeroek kontsumo jasangarriaz eta moda azkarren eraginez zer dakiten eta zer interes duten jakiteko, inkesta anonimo bat egin dugu aurrez aurre Madre Corajek Iruñean duen dendan bertan, **2024ko irailetik azarora**. Horretarako, mugikorrarekin QR bat eskaneatu behar zen, hainbat galderaz osatutako galdetegi bat eskuratzeko. Gainera, eskatu zutenei, inkesta inprimatu zitzaien. Guztira, inkesta 101 lagunek erantzun zuten.

Adin tarterik errepikatuena 30-40 urtekoa da (% 22,8); gero, 40-50 urtekoa eta, hirugarren tokian, 50-60koa. Gainerako adin tarteek ehuneko apalagoak dituzte, baina 23-30ekoa nabarmentzen da, laginaren (101 galdetegi) % 11,9 baita.

Laginaren % 45,5 Arrosadia auzoan bizi da; ondotik, auzorik aipatuena Iturrama da (% 5).

Gure dendara joateko arrazoi nagusien artean, aipatuena “kontsumo arduratsua” da (53 erantzun) eta, horren baitan, ingurumen eta gizarte arloko motibazio asko daude. Bigarren tokian, “boluntarioen tratua” ageri da (46 aipamen). Hori harro egoteko modukoa da egoitzarako, eta erosketa-esperientziaren giza balioa indartzen du. Arrazoirik aipatuenetan hirugarrena “zuen mezua Fundazio gisa” da (43 erantzun).

Laginaren % 87,1ek dio bigarren eskuko produktuak kontsumitzen dituela Iruñeko beste denda batzuetan.

% 70,3k dio inoiz galdetu diola bere buruari kontsumitzen duen arroparen jatorriaz; % 29,7k, ordea, ez.

% 73,3k dio noizbait zerbait entzun duela fast fashionaz; % 26,7k, aldiz, ez daki zer den. Fast fashion edo moda azkarrak gizartean, ingurumenean eta ekonomian duen eraginari dagokionez, gure bezeroei ezagunen egiten zaien eragina ekonomikoa da (% 85,1). Ingurumena, berriz, erantzunen % 83,2k aipatu dute. Arlo soziala, aldiz, gutxien aipatutakoa da (% 78,2).

Moda azkarraz informazio handiagoa izatea nahi ote duten galdetuta, % 70,3k baiezkoa erantzun du.

% 81,2k esan du informazio gehiago izan nahiko lukeela kontsumo arduratsuaz eta jasangarriaz. Horrek adierazten du jarraitu behar dugula jendea gai horien inguruan sentsibilizatzeko lanean.

% 97k esan du aholkatu eginen lukeela bigarren eskuko produktuak erostea.

Ondoren, 2024an eta 2025ean, Zangoza kaleko 38ko bigarren eskuko gure dendan egindako hiri inbentarioa azalduko ditugu. Datuok aztertu dute jantziak ekoizteko lekuaren inguruko informazioa, eta zer ehunarekin eginak dauden. Hona hemen inbentarioen ondorioak:

Aztertutako jantzien % 50 inguruk ez dute etiketarik, edo etiketak ez du ekoizpen-lekuari buruzko informaziorik, ez eta jantziak fabrikatzeko zer ehun erabili den ere.

Gehien saltzen ditugun jantziak Espainian eta Txinan ekoiztutakoak dira, herrialde bakoitzeko salmenten % 10-20 inguru. Bat dator Made in China ekoizpen masiboarekin. Baina Espainian egina nabarmentzen dugu, eta horrek esan nahi du arropa horiek, ziurrenik, vintage direla, duela urte asko eginak, garai haietan jantzi baten kalitatea eta iraunkortasuna lehentasunezkoak baitziren. Bestalde, 3 inbentarioetatik 2tan, Espainian egindako arroparen % handiagoa da Txinan egindakoa baino.

Saltzen ditugun jantzien erdia, gutxi gorabehera, poliesterrezkoak dira. Datu hori, hain zuzen, bat dator jantzien % 64 ehun horrekin eginak direla justifikatzen duten txostenekin, fast fashion ekoizpenari erantzuna emanda.

Taula. Inbentarioen informazio laburra, azterturiko epealdi bakoitzeko

Epealdia	Jantziak	Espainian egina	Made in China	Poliesterra	Sintetikoa	Animalia	Begetala
2024ko martxoa	1.152	% 12,46	% 13,69	% 50,42	% 8,2	% 5,75	% 35,63
2024ko azaroa	1.005	% 14,62	% 11,14	% 35,32	% 2,18	% 21,69	% 5,77
2025eko martxoa	1.219	% 18	% 14,76	% 56	% 9	% 6	% 30

2024ko martxoan azterlan bat egin da

1.152 jantzi aukeratu eta aztertu ziren, eta % 48,56k ez zuen informaziorik haien osaeraz edo jatorriaz, ez baitzuten etiketarik edo etiketa bai, baina informaziorik ez. Hori datu garrantzitsua da, hau da, gure dendara iristen diren ia jantzi erdiek ez dute horrelako informaziorik.

Azterturiko jantzi guztietatik, ikusi da 41 herrialdetan dagoela jantzien ekoizpenaren jatorriari buruzko informazioa.

Saltzen dugun arroparen % 13,69 (157 jantzi) Txinan egina dago eta ehunekorik handiena da. Gero, % 12,47rekin (143 jantzi) Espainian egindako arropa dator. Horrek esan nahi du fast fashion arropa gure dendan ere badagoela, saltzen dugun arropa gehiena Txinan ekoizten baita, datuak ia % 50ekoak baitira; zeren, arroparen beste % 50ek ez baitzuen etiketarik. Horrek ehungintzari buruzko datu orokorrak berresten ditu, Txina ekoizlerik handiena baita, munduko ehunen % 40 baino gehiago fabrikatzen baitu.

Baina, era berean, egiazki da nabarmentzekoa hurrengo herrialdea Espainia izatea; eta horrek adierazten digu saltzen dugun arroparen kalitatea ona dela eta denboran irauten duela, eta, hain zuzen ere, moda jasagarriak helburu horixe du, hau da, iraunkortasuna. Etiketari “Espainian egina” ageri duten jantziak 50-60-70-80ko markadetako vintage arropak dira. Hortaz, horrek esan nahi du urte haietan arropa kalitatez eta iraunkortasunez ekoizten zela.

Salmenten zerrendan dagoen hirugarren herrialdea (% 5,58, 64 jantzi) Bangladesh da. Urrun dago Txinako eta Espainiako datuetatik, baina adierazi nahi du Bangladesh dela ehun-ekoizlerik handienetako bat munduko herrialdeen artean. Hurrengo datuak apalagoak dira eta % 2ren inguruan daude: India (% 2,79), Maroko (% 2,62) eta Turkia (% 2,44).

Zenbakiak argiak eta adierazgarriak dira: **gure dendan gehienbat poliesterrezko arropa saltzen dugu, % 50,42. Ondotik, jatorri begetaleko jantziak datoz, guztien % 35,63, hain zuzen ere.**

Gero, zuntz kimiko naturalak datoz (% 8,20) eta, azken lekuan, animalia jatorriko jantziak, **guztien % 5,75, zehazki.**

Denda, beraz, azterlanek mundu osorako diotenaren isla da. Horrela, Quantis-en azterlan baten arabera (2018), honako gai edo material hauek erabiltzen dira ehun-ekoizpenerako munduan: % 64, sintetikoak (poliesterra); % 24, kotoia; % 6, beste zuntz natural batzuk (lihoa) eta, % , zelulosa (biskosa).

2024ko azaroan azterlan bat egin da

KOINEn praktketan ari diren bi ikasleri esker, dendako 1.005 jantzi aztertu ziren. Haietariko 419k ez zuten etiketarik beren jatorriaz edo ez da agertzen zer herrialdetan ekoiztua den (% 41,69); beraz, ezin jakin non ekoiztu diren.

Jantzien ekoizpenaren jatorria: Gehien saltzen ditugun jantziak Espainian eginak dira, % 14,62rekin; gero, Txin % 11,14rekin; Bangladeshen, % 4,47rekin; gainerako datuak ez dira adierazgarriak.

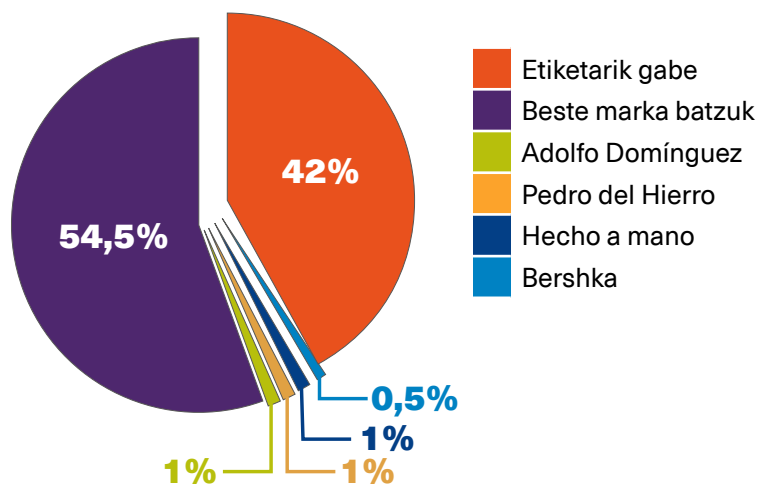
Herrialdea	Jantziak, guztira
Txina	112
Espainia	147
Bangladesh	45
Etiketarik gabe/Herrialderik gabe	419
Alemania	4
Argentina	1
Birmania	3
Brasil	1
Kanbodia	8
Kanada	2
EEE	3

Saltzen dugun arropa egiteko erabili diren gaiei dagokienez, eta aurretik egindako inbentario guztietan bezala, ehunekorik handiena poliesterra da (% 35,32); gero, animalia zuntza (% 21,69), zuntz begetala (% 5,77) eta, azken tokian, zuntz sintetikoa (% 2,18).

2025eko martxoan azterlan bat egin da

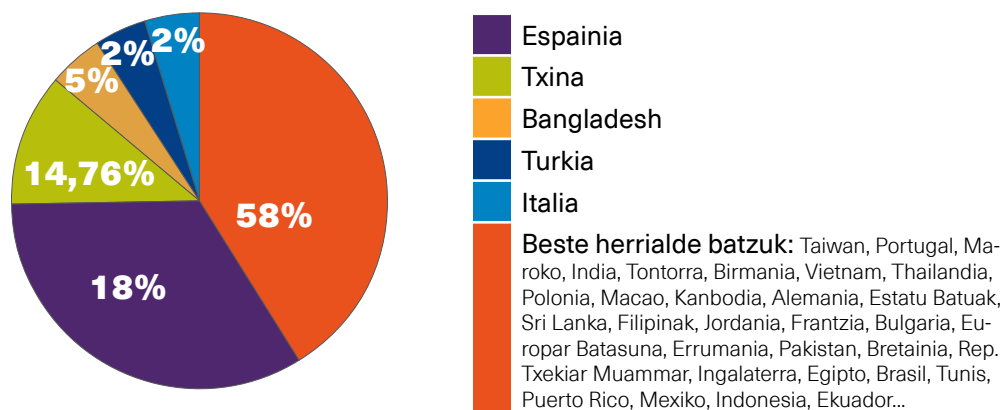
Berriz ere, Mendillorriko BHIko ikasleek aztertu dute gure fundazioak Zangoza kaleko 38ko dendan (Arrosadia) duen arropa: 1.219 jantzi, zehazki. Jantziaren jatorria eta ekoizpen materiala aztertu dira.

Ondorioa izan da arroparen % 42k ez duela etiketarik eta, ondorioz, ezin dela jakin jatorria, zer marka diren edo zer ehun erabili den. Dendan saltzen dugun markaren ehunetik handiena Pedro del Hierro da (% 1), Hecho a mano (% 1) eta Bershka (% 0,05).

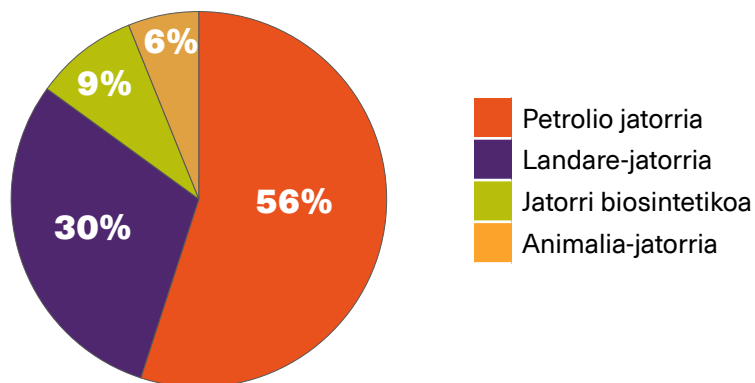


Gainerakoa hainbat markatak da, baina aipatutakoak baino ehuneko txikiagorekin.

Berriz ere etiketarik ez dagoenez, ez dugu jantzien % 42ren gaineko daturik, ez haien jatorriaz, ez haien ehun-zuntzez. Jantzi etiketadunen % 58 horretatik, % 18 Espainian eginak dira; gero, Txinan (% 14,76), Bangladesh (% 5), Turkia (% 2), Italia eta India (% 2). Gainerako herrialdeak ez dira % 2ra ere iristen.



Honatx jantzien jatorria: petrolioa, % 56; jatorri begetala, % 30; biosintetikoa, % 9, eta animalia jatorria, % 6.



Deigarria da marka ezagun batzuek hain leku txikia izatea (% 0,05). Horrek adierazi lezake fast fashion moldeko jantzi horiek kalitatez apalak izatea eta ez dutela gainditzen dendarako jantzi egokia izateko eta bigarren bizi-baldia bat izateko egiten dugun sailkapena, errazago hausten baitira, urratzen dira, koloreak margultzen dira (tindua galdu)...

Bestalde, jatorri-informaziorik gabeko jantzien % 41en jatorria adierazgarri samarra da. Ehungintzaren ilunkeria begi-bistakoa da azterlan horretan. Horrek esan nahi du ez dagoela gardentasunik ehungintzan, jatorria jakitea funtsezkoa baita bai jasangarritasuna baloratzeko, bai arropa hori fabrikatu dutenen lan baldintzak jakiteko; beraz, bezeroek ezin dituzte beren erosketak aukeratu benazko informazioan oinarrituz.

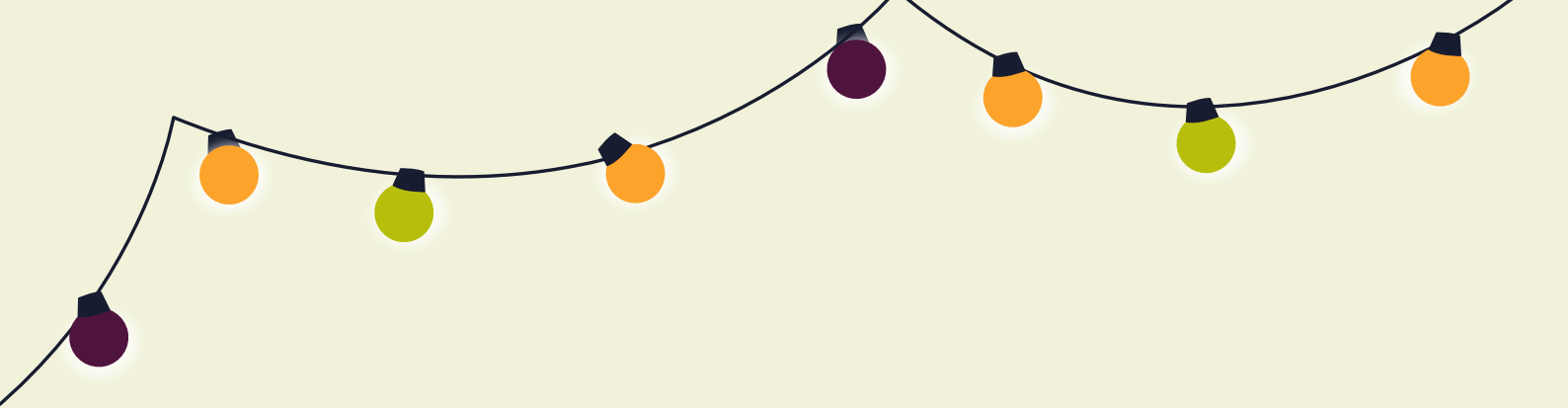
Espanian arroparen % 18 bakarrik dago egina. Txinan, berriz, % 14,76, eta Bangladeshen, % 5. Horrenbestez, agerian dago ehun-ekoizpena eskulan merkeagoa dagoen herrialdeetara eramanez; herrialde horietan, gainera, jantzigintzari buruzko legedia laxoagoa da Espainiakoa baino. Hori oso lotua dago ekoizpen eta kontsumo neurrigabea bultzatzen duen ereduarekin eta kostuak murrizteko presioarekin, ehungintzaren xedeekin bat.

Gai edo materialei dagokienez, % 56k jatorri fosila du (petrolioa) eta hori oso kezkarria da bai ingurumena-arentzat bai gizakiarentzat. Horrek esan nahi du aztertutako arropa erdia baino gehiago poliesterra bezalako zuntzez osatua dagoela. Halakoak ekoizteko, energia kantitate izugarria behar da eta, gainera, degradatzeko ehunka urte behar dituzten plastiko txikiak sortzen dituzte, eta azkenean, gizakiok kontsumitzen ditugun arrainek jaten dituzte. Aitzitik, % 30 begetala da eta % 6 animalia-jatorrikoa; horietan gutxiago dira material naturalak, baina eragina ere sortzen dute ingurumenean, era arduratsuan ekoizten ez badira.

Datuek erakusten dute industria oso zatikatua dagoela, ez dela batere gardena eta, hein handian, petrolioaren mendean dagoela. Horrek, beraz, erronka handia dakarkigu, arropa kontsumitzeko tokiko eredu etikoago eta jasangarriagorantz jo nahi badugu. Era berean, bezeroak sentsibilizatzeko aukera eskaintzen digu, eta erosketak erabaki kontzienteagoak, kritikoagoak eta arduratsuagoak sustatzeko parada ere bai.

Gure Fundazioaren dendan zenbat ur **aurreztu den kalkulatzeko azterlan bati esker**, jakin dugu 4.092.400 litro ur aurreztu direla (jantzi kopurua bider jantzi bakoitzeko litro kopurua).

	22 Kotoizko soinekoa	x 4.000litro/ale = 88.000 L.
	149 Soineko arrunta	x 2.000 litro/ale = 298.000 L.
	75 Kotoizko galtzak	x 3.500litro/ale = 262.500 L.
	104 Galtza arruntak	x 1.000litro/ale = 10.400 L.
	74 Atorra-Kamiseta- Blusa-Bodya	x 1.500litro/ale = 111.000 L.
	226 Kotoizko Atorra- Kamiseta-Blusa-Bodya	x 1.000litro/ale = 226.000 L.
	108 Kotoizko trajea-T xaketa-Jertsea-Berokia	x 7.000litro/ale = 756.000 L.
	412 Trajea-Txaketa- Jertsea-Berokia	x 5.500litro/ale = 2.266.000 L.
	4 Kotoizko gona	x 2.500litro/ale = 10.000 L.
	43 Gona sintetikoa	x 1.500 litro/ale = 64.500 L.





3. EHUN JASANGARRI ETA ZIRKULARREI BURUZKO LEGEDIA

Eta egoera horren aurrean, European aurrerapena ezberdina da, herrialde bakoitzaren arabera. Frantzia erreferentzia da, bai eta Herbehereak ere, hondakinak kudeatzeko lanean eta ekodiseinuan. Espainian, asmo dialektikoa gero eta zabalduagoa dago, eta dagoeneko arauen bat onetsi da sektorean ezartzeko, baina bada zer egin handia ehungintza eraldatze aldera eta jasangarriagoa izate aldera. Ondoren, Europako eta Estatuko araudia azalduko dugu.

2019 European green deal: Itun Berdea

Helburua da isuriak % 50 murriztea 2030erako, eta % 55era bitarte handitzea. Aldi berean, legez lotu du neutraltasunaren helburua 2050erako, Klimari buruzko Europako Legearen bitartez (https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en)

Ekonomia Zirkularrean barneratzen bagara, honakoa da nabarmentzekoa: ehungintza laugarren tokian dago, ingurumenean duen eraginari dagokionez, elikagaiak, etxebizitza eta mugikortasunaren ondotik; hori dela eta, Itun Berdea egokia eta beharrezkoa da.

Zero Kutsadurako Ekintza Plana (CEAP): Aireak, urak eta lurzoruak zero kutsadura izan dezaten. 2050erako Zero kutsaduraren ikuspegia da airearen, uraren eta lurzoruaren kutsadura murriztea osasunarentzat eta ekosistema naturalentzat kaltegarri jotzen ez diren mailetara, gure planetak jasan ditzakeen mugak errespetatuta, toxikorik gabeko giroa sortze aldera (https://environment.ec.europa.eu/strategy/zero-pollution-action-plan_en#objectives)

2022 Europar Batasunaren estrategia ehun jasangarri eta zirkularretarako

Helburua da EBko merkatuan merkaturatzen diren ehun-produktu guztiak iraunkorrak izatea, zuntz birziklatu, konpongarri eta birziklagarri gehiago erabiltzea ehunen fabrikazioan, eta ez dezatela substantzia arriskutsurik izan, eta ehunak ekoiztu daitezela eskubide sozialak eta ingurumena errespetatuz (https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy_en), fast fashion edo moda azkarra geldiaraztea lortzeko.

Gaur egun, ekitaldi delegatuak falta dira, 26/27an zehar onetsiko direnak eta 27/28an ezartzen hasiko direnak.

Laburpen-agiri bat egin da (Iturria: https://interreg-sudoe.eu/wp-content/uploads/2025/06/2025_042-Guies-Fashion-Forward-Ciudadania-3-05.pdf) HERRITARRENDAKO LEGE EKIMENEI buruz (2025eko apirila) Europako ehungintza sektorerako. Bertan zehatz-mehatz azaltzen da nola ezartzen ari den Europar Batasuneko Estrategia ehun jasangarri eta zirkularretarako:

- 1. Produktu Jasangarrietarako Ekodiseinu Erregelamendua** aplikatzen zaie Europar Batasuneko merkatuan produktu fisikoak sartzen dituzten enpresei edota EBn zerbitzuan jartzen dituztenei, barne direla tarteko osagaiak eta produktuak (Slow Fashion Next).



2024ko uztailaren 18an, indarrean sartu zen Europako Legebiltzarreko eta Kontseiluko 2024/1781 Erregelamendua (EB). Arauak esparru bat ezarri du produktu jasangarriek Europar Batasunean bete beharreko baldintzei buruz diseinu ekologikorako. Helburu nagusia baita eraginkortasun energetikoa lortzea ekoizpenean eta kontsumoan. Eta horrela, industria jasangarria erdietsiko da. Horrek aldaketa eraginien du ekoizpenean, baina era berean, herritarren kontsumo ohiturak eraldatuko dira.

Aurreikuspenen arabera, lehen neurriak 2026an ezarriko dira.

2. Ehun Etiketei buruzko 1007/2011 Erregelamendua (EB)

Helburua da erosiko den jantziari buruzko informazio benetakoa bermatzea. hemen, pasaporte digitala da nabarmentzekoa, baina oraindik ez dakigu zer informazio ekarriko duen. ez dago hori ezartzeko datarik. Enpresa batzuk hasi dira hori ezartzen, baina bezeroen % 2k besterik ez du irekitzen.

3. Hondakinei buruzko esparru-zuzentaraua (Waste Framework Directive, WFD) (EB) 2008/98/EC

2025eko urtarilaren 1az geroztik, Estatu kide guztiek ehunak gaika biltzeko sistemak ezarri behar dituzte, haien berrerabilpena edo birziklapena errazteko. (Iturria: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2008/98/oj/eng>). Ehun-ekoizlearen Erantzukizun Handitua zehazten du (RAP). Hemendik aurrera, ekoizleak berak bere ekoizpenak sortzen duen hondakina kudeatu beharko du. Legearen helburua

da saltzen ez diren ehunen errausketa eta suntsipena debekatzea. Era berean, ehunen konpongarritasunari eman nahi zaio balioa, eta berrerabilpena lehenetsi, birziklapenaren aurrean.

Madre Corajen esaten dugu funtsezkoa **kontsumoa murriztea** dela, eta jantziaren bizialdia luzatzea; eta aldi berean, ehun-hondakinaren kudeaketa lantzea, baina ez da deus ere aldatuko, baldin eta bigarren eskua kontsumitzen jarraitzen badugu gaur egungo ultra fast fashionaren erritmoan. Gaur egun, arropa ez da bana beste 2 urte baino gehiago egoten gure armairuan. Baina, nora ote doa arropa hori guztia? Hainbat tokitara, guztiak ere kolapsatuak daude, baina Accrako (Ghana) Kantamantoko merkatua bigarrena da munduan bigarren eskuko arropa merkaturik handienetan (Iturria: <https://stopwastecolonialism.org/kantamanto-community/>).

SCRAP sistema eratu da Espainian ehun-hondakinak kudeatzeko. Kide dira Decathlon, El Corte Inglés, H&M, IKEA, Inditex, Kiabi, Mango eta Tendam (Iturria: <https://re-viste.org/constituida-la-scrap-para-la-gestion-de-residuos-textiles-en-espana/>). Helburua da denen artean bultzada ematea ehun-birziklapenari Espainian, eredu zirkularrerantz aurrerapausoak emateko, sektoreko hondakinak behar bezala kudeatuz. Hala ere, merkatua orain ez dago prestatua fast fashionek eragiten duen hondakin guztiari aterabidea emateko.

Hemen badira funtsezko galderak, bigarren eskuari buruzko legeen bultzadak eragindakoak:

- Prest al dago Espainiako gizartea ehungintzaren inguruko kultur aldaketa horretarako eta bigarren eskua aukera natural gisa kontsumitzeko? Espainian kontsumitzen ez dena, Europako beste herrialde batzuetara esportatzen ahalko da?
- Ba al dago industriarik ehun-hondakina kudeatzeko eta horrekin arropa berria egiteko? Gaur egun, arropa gehienak ehun-nahasketak dira, eta horrek asko zailtzen du birziklapena.
- Ba al dago moda diseinuko behar adina profesional ehun birziklatuekin lan egiteko, bigarren eskuko jantzi guztien kudeaketari erantzuteko?
- Ba al dago Estatuko aurrekonturik hura ezartzeko?

MODAESen "Bigarren eskua Espainia" argitalpenean esaten denez, Frantzia berrerabiltzeko egoiak diren jantzien % 10 bakarrik salduko dira herrialdean. Frantzia gu baino askoz ere aurreratuagoa dago hondakinen kudeaketa ezartzeko orduan. Antzeko moduan, Erresuma Batuan eta Herbehereetan, sektoreko enpresa batzuek beren instalazioen kolapsoaz ohartarazi dute, arropa bolumen handi-handia iristen zaiela ikusirik. Hori dela eta, berriz ere azpimarratuko dugu gakoa kontsumoaren murrizketan eta arroparen kalitatean datzala, ekodiseinuean, hain zuzen ere.

4. Kontsumitzaileak trantsizio ekologikorako ahalduntzeko (EB) 2024/825 zuzentaraua.

EBk lege berria onetsi du greenwashingaren aurka, eta zuriketa ekologikoa debekatu du, bai eta jantziei buruzko informazio engainagarria ere, (<https://www.europarl.europa.eu/news/es/press-room/20240112IPR16772/nueva-ley-de-la-ue-que-prohibe-el-blanqueo-ecologico-y-la-informacion-enganosa>). Esan behar ez dena du legeak ardatz, engainua eragotzi nahian.



Europako herrialde bakoitzak bere estatu-araua egin behar du 2026ko martxoaren 27a baino lehen, haren balizko ezarpenerako. Dena den, 2026ko irailaren 27tik aurrera hasi beharko da legea ezartzen.

5. Green Claims zuzentaraua (EB) 2023/0085

Esan beharrekoa du ardatz, etiketek fidagarriak izan behar dute.

Kontsumitzaileak trantsizio ekologikorako ahalduntzeko 4. zuzentaraua (EB) 2024/825 eta Green Claims 5. zuzentaraua (EB) 2023/0085 osagarriak dira.

6. Hondakinak lekualdatzeko zuzentaraua (EB) 2024/1157

Mugak kontrolatzea du ardatz, bai eta mugen bidez diren hondakin mugimenduak ere. Zilegi izanen da ehunak beste herrialde batera bidaltzea, baina kasuan kasuko herrialdean jasangarritasunez kudeatzeko gauza badira. Araua jadanik indarrean dago.

7. 2024/1760 (EB) Zuzentaraua, enpresek jasangarritasunaren arloan izan beharreko ardurari buruzkoa

Helburu du ingurumenerako eta pertsonendako eragin kaltegarriak ezabatzea. Mailaka aplikatuko zaie enpresei, 2027tik aurrera.

8. Jasangarritasun korporatiboei buruzko (EB) 2022/2464 zuzentaraua

Xedea da enpresak koherenteak izatea jasangarritasunari buruzko dibulgazioa egiteko orduan, ingurumenerako, gizarterako eta gobernagarritasunerako eraginak ardatz hartuta. 2024az geroztik ari da mailaka aplikatzen.

9. REACH erregelamendua (1907/2006 erregelamendua (CE) eta ondorengo aldaketak)

Helburu du bermatzea substantzia kimikoak segurtasunez erabiliko direla prozesu osoan. Araua indarrean da.

10. Kutsagarri organiko iraunkorreari buruzko 2019/1021 Erregelamendua (EB)

Helburu du herritarren eta planetaren osasuna babestea, kutsagarri organiko iraunkorrak ezabatzea, eta substantzia horiek ahalik eta gutxien isurtzea prozesu osoan, hau da, jantziaren bizialdiaren hasieratik amaieraraino. Araua indarrean da.

Esteka honetan argibideak ere aurkituko dituzu egungo legedi nagusiaz: <https://www.movemodaen-movimiento.com/legislacion>.

EURATEXen arabera, 16 legedi daude European, Europako ehungintza jasangarriagoa izan dadin eragiteko hainbat arlotan: hala nola gardentasuna, ekoizten denari eta ingurumenean eragiten duenari buruzko kontrola, REACH araupeko substantzia kimiko kezkarriak, nora eramane den diseinatzen den jantzia bizialdia amaitzen zaionean, ekodiseinua (Pasaporte digitala), kontsumitzaileen babesa (2024/825 zuzentaraua (EB): Greenwashing), eta planeta eta herritarrik zaugarrienak zaintzea (Slow Fashion Next).



Legedi guztia Espainiara ekartzen badugu, Europar Batasunak ehun jasangarri eta zirkularretarako darabilen estrategiatik edanen du:

- **Ekonomia Zirkularrerako Espainiako Estrategia:** Ekoizpen eta kontsumo eredu berria bultzatzea du xede, produktuen, materialen eta baliabideen balioa ahalik eta luzeen mantentzeko, ahalik eta hondakinik gutxien sortzeko, eta eragotzi ez daitezkeen hondakinak ahalik eta gehien aprobetxatzeko. (<https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/estrategia.html>).
- **Apirilaren 8ko 7/2002 Legea, ekonomia zirkular baterako hondakinei eta lurzoru kutsatuei buruzkoa.** Helburua da ondorio gutxiago sortzea eta baliabideen erabilera eraginkorra egitea (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-5809>). Legeak Europako 2008/98/CE zuzentarauari erantzun dio.
- **2024/825 Zuzentaraua (EB): Kontsumitzaileak trantsizio ekologikorako ahalduntzeko zuzentaraua:** <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2024-80326>
- **Komunikazio jasangarrirako gida:** Ingurumenari buruzko informazioaz komunikazio garde-na izateko baliabideak ematen ditu, kontsumitzaileei zuzendutako kanpainetan (<https://www.dsca.gob.es/es/publicacion/guia-comunicacion-sostenible-version-castellano>)

Aldaketa horrek trantsizioa behar du, kulturara, legeetara, ingurumenera, gizartera eta ekonomia-riara ekartzeko; horretarako, denbora, pedagogia, hezkuntza eta giza zein finantza baliabideak behar dira.

Ehungintza globalaren merkatutako negozio-bolumen globala 2,1 bilioi dolar amerikarrekoa izan zen 2024an, eta jantzi bukatuei soilik dagokienez, 1,84 bilioi dolar amerikarrekoa (Iturria: <https://www.globalmarketstatistics.com/es/market-reports/textile-market-11219>)

2025ean, online salmentak % 21era hurbildu ziren, 51 eCommerce Statistics In 2025 Global and U.S. Data-ren arabera (Iturria: <https://www.sellerscommerce.com/blog/ecommerce-statistics/>)

Fast Fashionen oinarria da ahalik eta etekinik handiena lortzea. Bigarren eskuaren industrian, berriz, alternatiba errentagarri bat planteatzen da, planeta zaindu eta errespetatzen duena, giza eskubideak urratu gabe.

Eta gaur egun hondakinez mintzatzen bagara, SCRAP sistemaz hitz egin beharko dugu (Ekoizlearen Erantzukizun Handiturako Sistema Kolektiboa). Elkarre bat da eta Espainiako ehun-hondakinak kudeatzeko eratu da. Elkarrekin dira Decathlon, El Corte Inglés, H&M, IKEA, Inditex, Kiabi, Mango eta Tendam. Oraingoan, hondakinen kudeaketa borondatezkoa da eta errege dekretu baten zain dago, ustez 2026ko urtarilean onetsiko dena. Gaur egun, 2025eko ekaineko dekretu-zirriborro bat dago; horrekin bat, Espainiako 12.000 enpresa egonen dira behartuak beren ehun-hondakinak kudeatzera eta, orain, 11 enpresa boluntario baizik ez daude kudeaketa horretan pentsatzen.

RE-VISTE sistema kolektibo bat da, ehun-hondakina kudeatzen laguntzeko. Horretarako:

- Enpresa-eredua aldatu beharra dago: arropa ekoiztu behar baita, baliabide eta gai kimiko gutxiago erabiliz, eta iraunkorrak izan behar du.
- Kontsumo-eredua aldatu behar zaie herritarrei: arropa gutxiago kontsumitzea.

Argibideak hemen dituzu: <https://re-viste.org/constituida-la-scrap-para-la-gestion-de-residuos-textiles-en-espana/> (Juan Ramón Meléndez- RE-VISTEko zuzendari nagusia).

Ehun-erakundeak botatzen den arropa guztia kudeatzea ez da azkarra eta erraza izan: <https://www.modaes.com/entorno/scrap-y-ahora-que-segunda-mano-capacidad-industrial-y-financiacion>.

Ekodiseinua gakoa eta abiapuntua da jantziak iraunkorrak eta birziklagarriak izateko, eta zentzu osoa du prozesuaren hasieran arreta jartzeak, jantziaren bizialdiaren amaiera kudeatzeko eta materialak iraunkorrak izateko. Gaur egun, jantzi gehienak materialen nahasketa dira, eta ondorioz, zailagoa da birziklatzea eta, horrenbestez, zailagoa ere gehiago irautea.

I+D KOOPERAKO proiektu zuzendariak, Aidé Gaonak, Slow Fashion Next-eko MKoda Jasangarriko Jardunaldietan ezan zuen bezala, hirukoitza sailkatu beharko da, edukiontzietara iritsiko den guztia ikusita eta, horretarako, azpiegitura, langileak eta baliabideak behar dira. Garrantzitsua da jakitea zer egin plantetara iritsiko den arropa bolumenarekin, ezin baita biltegietan betirako gelditu, errentagarria izan beharko du. KOOPERAK, gaur egun, sailkapen fin-fina egiten du (kotoi zuriaren eskaria adibidez, edo tona bat poliamida), baina gutxieneko eskaria bat egon behar da aurrera ateratzeko. Gainera, behar adinako eskaria egon behar da sailkapen hori guztia xurgatzeko, industria errentagarri eta jasangarria nahi baitugu.



Espainian ez dago teknologiarik ehun-hondakinak era errentagarrian eta jasangarrian tratatzeko. Gaur egun, kasurik onenean, % 15 berrerabiltzen da. Frantzia, berrerabiltzen denaren % 10 herrialdean bertan saltzen da. Teknologian, berrikuntzan eta garapenean inbertitu beharra dago, gaitasun handia baitago Espainian.

Teknologia asko eta garapen handia egonagatik ere, ezin dugu ahaztu merkatua egon behar dela tratatzen den hondakin guztiarendako; bestela, inoiz ez da merkatu errentagarri eta jasangarria izanen. Ez dezagun ahaztu gakoa prozesuaren hasieran dagoela, ekodiseinuaren prozesuan, eta hor eragin kaltegarrien % 80 ezabatu daitekeela.

Biltegiatzea ez da doakoa, SCRAP sistemak dirua jarri beharko du horrek funtziona dezan. Badago sistema kolektibo bat, ekimen hori aprobe txatu behar da eta lankidetzan lan egin.

Gure etxeko zaborren % 10-15 ehuna da, hau da, bigarrena da zabor organikoen ondoren. 2000. urtetik aurrera, ehun-hondakinak izugarri gora egin eta plastikoa (% 8) gairitu zuen. Nork hartzen du bere gain ehun-hondakinen gaineko erantzukizuna?

Toki entitateak hartzen du bere gain, plastikoari ezarria dion % 40ko zergarekin; horrez gain, 120 euroko kostu gehigarria, berotegi-efektuko gasengatik. Gaur egun, errentagarriagoa zaigu arropa zabortegira eramatea jantzi bakoitzari zerga bat ordaintzea baino. Arazoa zabortegian dugu. Bakoitzak bere rola hartu behar du bere gain. Nola kudeatuko ditugu gaur egun haraino iristen diren hondakin guztiak? Ekoizten denaren % 10 bakarrik biltzen dugu. Ekonomia zirkularrerako hondakinei eta lurzoru kutsatuei buruzko apirilaren 8ko 7/2022 Legearen bidez, aurrerapen handia egin dugu eta ezin dugu aukera alferrik galtzen utzi. Sinetsi beharra dago bigarren bizialdi bat dagoela, eta ez baduzu horrelakorik sinesten, legeak aginduko dizu. Arazo handia dago zabortegian, eta % 80 hainbat ehun nahastuz egindako jantziak dira. Proposatuta da enpresa bakoitzak bere erantzukizuna hartzea bere gain, jantzia diseinatzen den une beretik. Horrelako gaiez mintzatu da Igor González Pérez (Residuos Gereprecon-eko zuzendaria) Moda jasangarriari buruzko 12. jardunaldian, Slow Fashion Next-ek sortua. Mahai inguru horretan (<https://www.youtube.com/watch?v=q800IC08ee4>) beste pertsona batzuk ere aritu dira, honakoak hain zuzen ere.

Natalia Castellanos Peset (AERESeko zuzendariorde teknikoak). Azpimarratu du bete egin behar dela **Ekonomia zirkularrerako hondakinei eta lurzoru kutsatuei buruzko apirilaren 8ko 7/2022 Legea**, eta sentsibilizazio eta komunikazio lan handi-handia egin beharko dela. Legeak erabat debekatu du saltzen ez diren ehunak suntsitzea edo erraustea, eta hondakinak sortzen dituztenen erantzukizunaren oinarriak ezarri ditu.

Kontsumo jasangarriari buruzko Legeak eragin handia du konpongarritasunerako eskubidean. AERESek berrera-bilpena, prebentzioa eta konpongarritasuna lehenesten dituzte, eta azken tokian, birziklapena. Haren iritziz, hondakinen kudeaketan lanean urte asko daramatzaten entitateek funtsezko lekua izan beharko luketela SCRAP sistema-ren barnean. Hondakinen kudeaketa hori jasangarria izanen bada, merkatua egon beharko da. Eta nabarmendu du diseinuaren hasieran jarri behar dela arreta, hortxe murrizten baita jantziaren eraginik handiena.

Verónica Sanz Izquierdo Jasangarritasun arloko aholkularia da eta argi utzi digu jasangarritasuna ez dela ziurtatzen, egiaztatu baizik: ziurtagiriek ez mugak dituztela.

Eraginak ez dira berriak eta auditorietan argi ikusten da:

- Ibaiko lohietan metalak agertzen dira

- Ekoizpena neurrigabea da, sistema sortua baitago arropa eskaintzetan, beherapenetan, likidazioan... birsaltzeko.
- Ez dago % 100 jasangarria den ezer. Auditoria batek ez du halakorik sinetsiko.
- Jasangarritasuna:
 - Datu primarioekin egiaztatzen da, oso korapilatsua eta mugatua da.
 - Bizialdia aztertuz egiten da. Beti daude hondakinak prozesu osoan.
 - Adierazle ekonomiko bat da eta jasotzen du neurrigabe ekoizten ari garela. Badira nire eraginaren soberakinak eta ekoizpen neurrigabea saltzera bideratzeko mekanismoak.
- Arreta printzipioaren alde egiten du, Karbono Azterna kalkulatzearen aurrean, ez baita panazea.

May López Díazek (Garapen zuzendaria Mugikortasun Jasangarriaren aldeko Enpresetan), berriz, **mugikortasuna, kontsumo neurrigabea eta karbono aztarna** izan zituen mintzagai, beste adierazle baten gisa, non, 3. irismena zeharkako isurietan ardazten baita, eta uzten dugun aztarnaren % 80 da. Lehengaiaren garraioa hartu behar da kontuan; izan ere, jantzi baten garraioaren eraginaz mintzatzen garenean, jantzia egitean eragiten den kutsaduran soilik jartzen dugu arreta. Eragin hori ahalik eta gehien gutxitu behar dugu. COVID-19tik aurrera, kontsumo neurrigabeak gora egin zuen izugarri eta, horrekin batera, online kontsumoa. Garraioaren % 60 5 enpresaren mende dago mundu mailan, eta datu horiek guztiak partekatzen dira, ez dago datu pertsonalei buruzko pribatutasunik. Tokiko merkataritza gakoa da jasangarritasunerako eta e-commerce-ren eragin kaltegarria ahalik eta gehien murrizteko eta, horri gehitu trazabilitatea gehitu behar zaio, kontsumituko dugun jantziaren atzean zer dagoen hobeki jakiteko.

Jakin nahi baduzu nola jarri zure produktua merkatuan era jasangarrian, plataforma honetan gakoak aurkituko dituzu: <https://www.movilidadsostenible.com.es/entrega-sostenible/>. Egungo online kontsumo-sistema ez da jasangarria, jasangarria dela sinestarazi nahi badigute ere. Legeek ere online merkataritza arautu beharko lukete. Eskarien batasuna sustatzea proposatzen du, eta ez eroketa bakoitza eskari bat.

Gaur egun, ehungintzaz mintzo bagara, Greenwashing praktikaz ere hitz egin beharko dugu, **publizitate engainagarria** egiteko modu bat baita; bertan, marketin berdea erabiltzen da ingurumen erantzukizunaren gaineko **pertzepzio faltsu edo neurrigabeko bat sortzeko** (Comisión Europea, "Misleading green claims – what is greenwashing?" (2023) https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims_en).

Gehiago jakin nahi baduzu, Paula Baldó de Andrések tik asko aurkeztu zituen Slow Fashion Next-ek sortutako Moda Jasangarriari buruzko 12. jardunaldian publizitate engainagarria atzemateko. Bideo honetan ikusiko dituzu: <https://www.youtube.com/watch?v=UuJPA1oJgn4>.

Europar Batasuneko produktuen % 80k ingurumeneko adierazpena dute, eta haien erdiak lausoak, engainagarriak edo funsgabeak dira. % 40k ez du huraxe babestuko duen ebidentziarik. badira 230 zigilu ekologiko baino gehiago, eta haien erdia inguruk ez du egiaztapenik.

Narratiba aldatu behar da, prozesu guztia kontatuta eta jasangarri, eko friendly, berde..... eta gisako hitzak atzean utzita, ez baitute deus esaten.

Aukera hau ere baliatu nahi dugu IVA VERDE ekimenaz mintzatzeko. Helburua da enpresa ez jasangarrien barneko enpresa jasangarrien (bigarren eskukoak edo produktu jasangarriak egiten dituztenak) BEZa % 10 izatea. "Nork kutsatu, hark ordaindu" goiburu harturik, ekimena tresna egokia da herritarren artean eztabaida eragiteko, zer mundu nahi dugun zehazte aldera. Horrela, justizia fiskal zuzenaren alde egiten da, Ekonomia Zirkularraren alde eginez, eta zehapena jarritz pertsonengan eta planetan eragin kaltegarriak dituzten enpresei. Argibideak: <https://www.ivaverde.com/>.

Agenda 2030i begiratzen badiogu, ikusiko dugu araudiren batek 2025ean jartzen duela aldaketaren data. Agendaren amaiera gero eta hurbilago dago, eta bada zer egin handia, baina esan daiteke eraldakuntza-jomuga bati begiratzen ari zaiola. Ehungintza Garapen Jasangarri-rako 12. Helburuan (GJH) dago sartuta.

Bigarren eskuaren eta ekonomia zirkularraren bidez, eragin onuragarriko aldaketak sor ditzakegu GJH bakoitzean. Honako taula honetan GJH bakoitza ageri da.



AGENDA 2030

PROPUESTA DE COMPROMISOS INDIVIDUALES Y DE LA SOCIEDAD CON LA MODA SOSTENIBLE

17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE, 17 COMPROMISOS EN LA INDUSTRIA TEXTIL

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

1. VIDAS DIGNAS Vidas dignas para todas las personas durante todo el proceso	8. ECONOMIA CIRCULAR Potenciar una economía circular y justa que no vulnere los derechos de las personas y el planeta
2. SEGURIDAD ALIMENTARIA Seguridad alimentaria para todas las personas de la industria	9. INVESTIGACION Inversión en investigación, diseño y desarrollo de materiales y tecnologías sostenibles
3. FÁBRICAS DE LA INDUSTRIA TEXTIL Fábricas de la industria textil seguras e higiénicas	10. DISTRIBUCIÓN Distribución equitativa de la riqueza para todas las personas del proceso
4. EDUCACIÓN Educación transformadora para un consumo sostenible	11. CONSUMO CRÍTICO Potenciar el consumo crítico a través de iniciativas locales
5. EQUIDAD DE GÉNERO Equidad de género para todas las personas trabajadoras	12. CONSUMO SOSTENIBLE Fomentar un consumo sostenible, eliminando la sobreproducción y el consumismo
6. REDUCIR EL GASTO DEL AGUA Reducir el gasto del agua en la elaboración de la ropa	13. REDUCIR LA EMISIÓN DE CO2 Reducir la emisión de CO2 durante todo el proceso
7. INDUSTRIA TEXTIL BASADA EN EFICIENCIA ENERGÉTICA Crear una industria textil basada en eficiencia energética	14. ACABAR CON LA LIBERACIÓN DE MICRO PLÁSTICOS Acabar con la liberación de micro plásticos
	15. RESPECTO ANIMAL Y DEL MEDIOAMBIENTE Respeto animal y del medioambiente
	16. PROMOVER Y APLICAR LEYES Y POLÍTICAS NO DISCRIMINATORIAS Promover y aplicar leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible
	17. COLABORACIÓN MUNDIAL Colaboración mundial tejiendo redes, para fomentar una movilización individual y colectiva

Sumate a un consumo más sostenible y a apoyar iniciativas que transforman para vivir en una sociedad más justa



MADRE CORAJE

Gobierno de Navarra



Nafarroako Gobernua





Araudi hori guztiak eta Agenda 2030ek egiaztatzen dute instituzioek eta erakunde politikoek Ekonomia Zirkularrarentz bultzatzen dutela. Hori gakoa da enpresa bakoitzak bere erantzukizuna izan dezan bai planetarekiko bai pertsonetikiko. Era berean, eraldakuntza horrekin batera, aldaketa egin behar da: aldaketa kulturala, soziala, burubideetan, pedagogian, teknologian, ikerkuntzan, aliantzak, eta aurrekontuaren inguruko konpromisoa ere behar da, eragin onuragarriko ekimenak bultzatu ahal izateko.

Legedi horrek guztiak ehungintza-sistema bidezko eta jasagarria du xede, gizartean eta planetan eragin onuragarria izanen duena, aberastasun eragilea, aberastasuna era ekitatiboan banatuta, eta fast fashionek sortzen duen desberdintasunaren aurka lan egingen duena. Legediak ahalmena ematen digu herritarroi, enpresak eta instituzioak indarrean den araudia betetzera premiatzeko.



4. EMOZIOTIK ERABAKIA HARTZERA

Emozioek zuzenean lotzen gaituzte sentimenduekin, bihotzarekin, eta lotura sortzen digu jantzita daramatzagun jantziekin, gure irizpideekin bat aukeratzen baititugu, enpresa handiek eta haien bildumek agindutakoari men egin gabe. Bigarren eskuko jantzi horiek belaunaldiz belaunaldi igarotzen dira, eta halako arrasto bereizgarri bat uzten dute.

Jantziaren eta huraxe jantziko duenaren artean dagoen lotura erabakigarria da, hura erabili eta botatzekoa izateko edota halako jantzi pertsonal eta identitario bat bihurtzeko. Jantzi guztiek dute istorio bat, eta horretan datza gakoa (bai eta jantzien kalitatean ere) jantziak denboran iraun dezan edo, astebetera, zabortegira joan dadin. Kontsumitzeko modu horren aurka borrokatzea izokinen borroka bezalakoa da, hau da, ur-lasterraren kontra joatea da.

Jantzi bat oso gustukoa dugunean, amaren edo aitatziren jertserik gogokoena, eta gainean janzten dugunean, bizi izan ditugun uneak etortzen zaizkigu gogora, edota usainak, etab. Irudiak gure burura etortzen zaizkigu oroimenez, xamurtasunez eta zoriontasunez, eta horregatik, jantzi hura soinean eramateak erabateko zentzua du. Horrelako jantzirik baduzu zure armairuan?

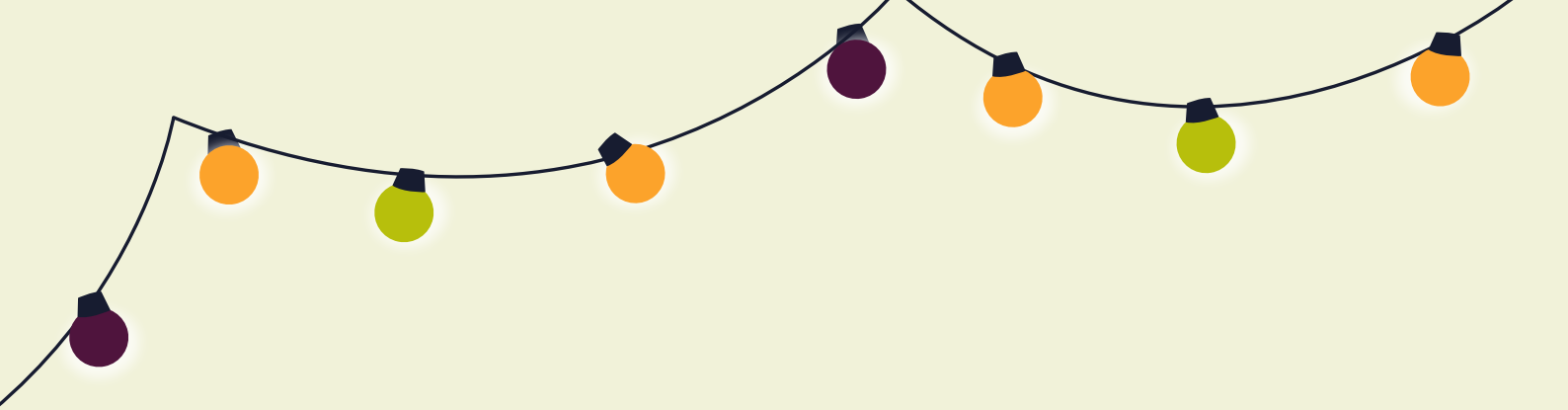
Ameste egin behar dugu, ekingo badiogu, eta moda gaietan, badira ehungintzaren eragin kaltegarriari buruzko ebidentziak. Badira alternatibak planetan txikitu eta giza eskubideak urratzen dituen egungo sistematik ateratzeko; bigarren eskua, adibidez.

Pentsatu zure armairuko jantzi gogokoenean, zein da? Zer zentzu du jantzi horrek zuretzat? Zer emozio pizten dizu?

Gure armairuko jantziek identifikatzen gaituzte, edo identifikatu beharko gintuzkete. Ziur baduzula zergatik erosi zenuen ez dakizun ohiko jantzi horietako bat, eta hortxe dirau, lekua hartuta, eta zure armairuari baliorik eman gabe. Bat atera hortik eta oparitu norbaiti; ziur, orain jantzi horrek beste balio bat duela. Ez baduzu inor aurkitzen estilo edo gustu horretakoa, emazu dohaintzan, ekimen askok kudeatzen baitute arropa.

Zure armairuak ahalduntzen zaitu; horrela ez bada, aldatu, larritu gabe, itxaron urtaroa aldatu arte, eta egi-zu garbiketa. Eta ahaztu honako hau: datorren urtean jantziko dut; urtebete badaramazu huraxe jantzi gabe, emaiizu bigarren bizialdia, zuk ez baituzu jantziko. Gorde balio berezia duen jantzia, zuretzat balio sentimentala duena, eta sartu oinarritzko lookak zure armairuan, astero zure nortasuna eta emozioa adieraziko duten look berriei jokatzeko.

Jantziek asko erakusten dute eta, zurekin, zuk erabakitzen duzun lekutik eramanen zaituzte.



5. BENETAKO ALTERNATIBAK NAFARROAN

Ez zaitez nahigabetu, ehungintzaren atzean dagoen guztia jakitean. Mundu ilun horren guztiaren barnean, badago argia eta zoragarria da bestela kontsumitzeko aukera izatea, behar hori baldin badugu. Gakoa beti baita geure buruari galdetzea ea egiazki jantzi berririk behar ote dugun. **Eta inork ez diezazula ziririk sartu, zentzuz eros daiteke, estiloz jantzi gaitezke eta istorioen bidez hunkitu.**

Eta egoera ikusirik, zer egin dezakegu?

Lehenik eta behin, pentsatu ea behar ote dugun; horrek gelditzera, sosegatzera, airea hartzera eta berriro galdetzera behartzen gaitu, benetan behar al dut jantzi berri hau?, gogoeta lasai baten ondoren erantzuna baiezkoa bada, aurrera. Badira aukerak hedabide edo sare sozial masiboen bidezko publizitatea bonbardatzeaz harata, erosketa konpultsiboaz harata.

Bigarren eskuko espazioen aukera desberdinak daude, eta planeta suntsitu eta giza eskubideak urratzen dituen beste kontsumo mota baterako aukerak eskaintzen dizkizute.

Era berean, hainbat aukera ditugu eskura jantzia konpontzeko, ekonomia zirkular baten alde eginez, inguruko auzoetan ardaztuta, hala nola gure bigarren eskuko dendan.

Iruñea-Nafarroakoa bazara, edo inguruan paseoan bazabiltza, gure bigarren eskuko denda edo erakundeen historia edo aipamenak dituzu hemen:

LA GATA BREVA:



Ibanek eta Raquelek *La Gata Breva* bultzatu dute eta katuak maite dituzte. Bakoitzak bi katu ditu etxean; izena, beraz, katuenganako maitasun horretatik dator. Horregatik dituzte hainbat katu-elementu salgai, katuak babesten dituen **Katx felina** izeneko elkarte bati diruz laguntzeko.

Breva izena familia barruko istorio batetik heldu da, hitz hori asko erabiltzen baitute Raquelen familian, era hurbil eta informalean, eta hitz-joko horrekin. Bientzat ere, markaren izenak erabat islatzen du beren identitatea.

2024ko uztailean, abentura horri heldu zioten, ideia 9 hilabetez landu eta gero, eta bertan, bigarren eskua bere tokia eta etorkizuna hartzen ari da Iruñean.

Raquelek eta Ibanek aspalditik hona ezagutzen dute elkar, aurretik egindako lanagatik (lan horrek elkartu baitzituen), baina horrek ez zuen zerikusirik batere fast fashionez bestelako alternatibarekin, modarekin edo bigarren eskuko dendarekin; baina oso barnean daramate herritarrei egungo kontsumoaz bestelako alternatiba eman nahi izatea. Horrexegatik ireki dute denda berri hori Iruñean, ilusio eta motibazio handiz.

Ingurumenarekiko duten sentiberatasunak bultzaturik, beste pauso bat eman dute pertsonalki eta maila profesionalean. izan ere, hilabeteetan ideia hasiberri hori nola gauzatu pentsatzen aritu eta gero, eta eskarietan eta bezeroekiko tratuan zuten esperientziak aintzat harturik, lanari ekin eta Pozo Blanco kaleko denda zabaldu zuten. Karrika horretan badira beste ngozio batzuk, baina ez bigarren eskuko dendarik.

Dendak xarma handia du, deigarria da oso sarrerako vintage manikia; behin barnean, apainketak eta vintage modaren aldeko apustuak liluratu eta beste garai batzuetara eramanez zaituzte; jantziek nortasun handia dute, zuk zerorrek aukeratzen dituzun jantziak, planeta eta giza eskubideak urratzen dituen modari jaramon egin gabe.

Esperientziarik gabe, baina motibazio eta ilusio handiarekin, Iruñeak orain badu alternatibarik fast fashionarendako. Hastapenak gogorrak izan dira, eta hainbat erronka gainditu dituzte, negozio bat hastea ez baita inoiz erraza. La gata brevaren mendean ez dauden elementu asko daude kanpoaldean, batzuetan kontrolatzen zailak direnak, baina pazientziaz, lan eginez, konpromisoaz eta beti taldearen beste aldea kontuan hartuz, beren marka indartzen joan dira.

Oreka ekonomikoa bilatzea erronka handia da, egunez egun lantzen ari direna, bai eta markaren ikusgarritasuna handitzea ere; horregatik, denda fisikoari gehitu zaion online salmentarako webgunea da apustu bat. Kit Digitalak aukera berri hori bultzatzen lagundu die, baina ez dute laguntza edo dirulaguntza gehiagorik negozioari ekiteko eta denboran zehar mantentzeko, kontsumismoaz bestelako alternatiba eskaintze aldera.

Marka honakoen bidez hedatzen da:

Venta física		Iruñeko Pozo Blanco kaleko 14an
Venta on line		www.lagatabreva.es
Instagram		@lagatabreva
Tiktok		@lagatabreva
mail		vintage@lagatabreva.com

Eskarmentuak balio handia du eta berriz ere hasiko balira, Raquel eta Ibanen arteko ilusioa eta konfiantza berberak izanen lirateke, baina entrega-denborak markatuko lituzkete gehiago, eta zerbitzu profesional baten irizpideak, denda abian jartzeko.

ANEL elkartean sarturik daude, eta aholkuak eman dizkie aurten bigarren eskuko denda aurrera eramateko. ez daude sartuta Alde Zaharreko merkataritza elkartean, ezta auzoko beste ekimen batzuetan ere.

Honatx dendaren gako-mezua: arropa neurrigabe ekoizten duten egungo denden alternatiba izatea; hori dela eta, planeta zaintzen duen eta ehun-merkatuan direnak baino jantzi gehiago sortzen ez dituen kontsumoaren aldeko apustua egin dute. Nafarroako bezeroendako eskaintza da, jantzi berezi eta paregabeak kontsumitzeko aukera izan dezaten; horrela, bezeroek bereziak direla sentituko dute, jantzi hori paregabea delako. Ibanek eta Raquelek osatzen duten giza talde barruko konfiantza funtsezkoa da proiektua aurrera eramaten jarraitu ahal izateko.

dendak vintage arropa saltzen du, bai eta oinetakoak eta osagarriak ere. Vintage jantziei buruzko eskaintza da, aurrez aukeratuak kalitate ona dutelako, eta garaiari, egoerari eta estiloari begira. Beste garai batzuetako jantziak, historiaz jantzitako eta istorioz osatutako jantziak. Aukeraketa, beraz, artaz egina dago, eta horrek koherentzia eta giroa ematen dizkio dendari; horregatik, hartan sartu bezain laster, liluratuko zaitu eta bidaiatzen hasiko zara.

Jantziak enpresa hornitzaile batzuei erosten zaizkie, eta urtebete honetan, badute haiekin harreman sendoa. Behin jantziak aukeratutakoan, garbitu eta dendan paratzen dira, saltzeko.

Erosleen profil nagusiari dagokionez, jende gaztea da oro har eta publiko vintage zalea. Turistak ere dendan sartzen dira eta erosten dute. Pertsona batzuk astero joaten dira dendara, zer jantzi berri iritsi diren ikusteko, jantzi bakoitza paregabea baita: behin saldutakoan, ez da berdinek.

Denda bere lekua harzten ari da urratsez urrats, baina sendo. Zalantzarik gabe, dendak halako ukitua ematen dio karrikari, aspaldian zabalik dauden negozio asko baitaude kalean. Jantziak konponketarik behar badu, eskuz egiten dute eta, lan espezializatuago bat behar bada, zapatagintzako edo jostintzako zerbitzu profesional batera eramaten dute.

LA GATA BREVA eragin onuragarria: fast fashion edo moda azkarraren alternatiba bat da, beste garai batzuetako jantzi paregabe eta bereziak salduz, merkatuan dagoen arropa kontsumitzearen alde eginez.

CARAMELO VINTAGE:



Bianca betidanik izan da bigarren eskuko modaren zale amorratua, odolean darama eta horrelaxe sentitzen duzu haren vintage espazioan sartzen zarenean, berehala eramaten baitzaitu 80-90eko hamarkadetara, fin-fin eta txukun-txukun. Dendako xehetasun bakoitzak badu bere zentzua, ez dago deus zoriaren mendean, eta, sartu bezain laster, giroak bultzaturik, kuxkuxean ibiltzen zara dendak zer arropa eskaintzen duen jakiteko, vintage zalea izan ala kasualitatez iritsitakoa izan.

Esekitokiak jantzi motaren arabera daude erabat lerrokatuak eta antolatuak. Jantziak banan-banan aukeratu, berrikusi eta mimatu dira, eta hori nabari da. Xehetasunek eraginik, dendari darion giroak vintage estiloan barneratuko zaitu era paregabean lruñean, ez baitago ia vintage aukerarik edota oso gutxi bigarren eskuko dendetan.

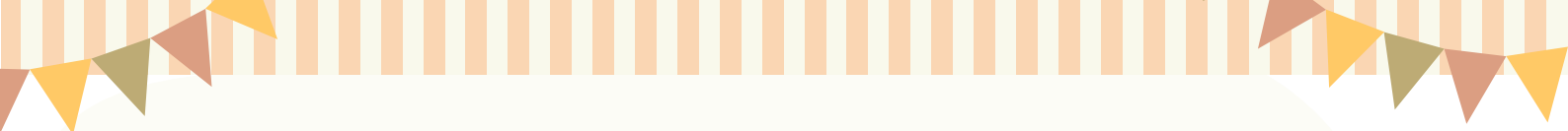
Biancak dio vintage moda gaur egun eskaintzen diren gainerako modetatik bereizten dela eta, horri esker, bestela jantziko zarela, jakinik gauza paregabea daramazula, jakinik aukeratzen duzun jantzi hori eskusiboa izanen dela eta nekez topatuko duzula horrelakorik. Eta, aldi berean, ingurumenaren aldeko kontzientzia bultzatu nahi du, ekoizpen neurrigabeak kaltea eragiten baitio planetari eta, horren ondorioz, klase bereizketa sortzen da.

Era berean, talde bikaina osatzen du Miguelekin batera, 2016an mamitzen hasi zena, hau da, biak ere beren lehen merkatu txikira apuntatu zirenean, helburu argirik gabe, tarte atsegina pasatzeko besterik ez. Aurrez, bigarren eskuko beste denda batzuk, merkatu txikiak eta beste vintage negozio batzuk bisitatuak zituzten munduko hainbat tokitan, gozamen hutsez, baina, denboraren joanean, lan eginez eta ikusminez, ikasi zuten horren atzean negozio-idea bat zegoela, arropa handizka erosteko aukera baitzegoen, saltzeko. Hori guztia, parte hartu zuten lehen merkatu txiki haren arrakastak bultzaturik, lehen merkatu hark piztu baitzuen egiazki bikotearen gogoia, bai eta ikuskina ere.

Hasieran, arropa erosi, gela batean gorde eta, lehenik, Wallapop bidez saldu zuten, eta gero, Instagram bidez. Bai eta hainbat merkatu txikitan ere, 2017., 2018. eta 2019. urteetan; hura vintage mundua sakonago ikasteko eta eskarmentua hartzeko garaia izan zen. 2018aren bukaeran, beren profil ofiziala ireki zuten Instagramen; orduan, izen bat sortzeko beharra izan zuten, proiektu hasieraren erakusgarri.

Caramelo Vintage inspirazio bat izan zen, goxoki bat jaten duzunean sentitzen duzun sentsazioa nabarmenduta; ez da eguneroko gauza, zerbait berezia baizik, eta horixe islatu nahi izan zuten arropa erosteko ekintzan: berezi sentitzea vintage arropa erosten duzunean eta era eskusiboan gozatzea; aldi berean, beste mezu bat zabaltzeko nahi zuten, hots, balioa duen eta denboran iraunen duen arropa erostea da kontua, kontsumo arduratsuen gaineko kontzientziaren alde eginez.

Urtez urte, ikertzen eta ikasten jarraitu zuten, bai eta hainbat erronka gainditzen ere.



Merkatuetatik harata, Aralar kaleko showroom baten bidez hasi ziren harremanetan beren bezeroekin; hura arras gauza berria izan zen Iruñean, hala showroom ekitaldia, nola vintage arropa. 2020ko otsailean, areto horretako giltzak jaso, eta martxoan iritsi zen; beraz, aurrera jotzea erronka handia izan zen benetan, baina aurrera jotzeko grina eta ilusioa are gehiago indartu ziren.

Dena den, haien ikuspegi nagusia beti izan zen denda bat Alde Zaharrean, hura egokiagoa zelako beren publiko vintage zalea erakartzeko. Premia pertsonal hura negozio bihurtu zen 2022an, urte hartan Caramelo Vintage dendako ateak zabaldutik baitzituzten gaur egungo kokalekuan, hau da, Dormitaleria kaleko 54an.

Esan digute hobeki dihoakiela salmenta fisikoa online formatua baino; izan ere, jantzi paregabeak direnez, erosleek bertan ikusi eta probatu nahi dituzte, hobekien dagokiena aukeratzeko.

Gune horretan aurkitu dezakezun guztia Biancak eta Miguelek bultatu dute, bai eta proiektua bultzatu duten lagun guztiek ere, beti garrantzitsuak izan baitira horrelako modaren alde egiten jarraitzeko.

Caramelo Vintagek tratua egina du hainbat hornitzaileekin arropa erosteko, produktua, marka eta ehunen kalitatea aztertu eta gero. Hori dela eta, dendan dituzten jantziak eksklusiboak dira eta mimo handiz tratatzen dira. Jostun batek jantzien akats guztiak konpontzen ditu eta, halaber, upcycling jantziak dituzte: lan handia dute arropa adabatzen, eta jantzi batzuk ere eraldatzen dituzte, ahalik eta gehiena aprobetxatzeko eta ez botatzeko.

Dendak vintage arropa eta osagarriak saltzen ditu. Beste garai batzuetako jantziak, historiaz betetako jantziak, eta berriak ere izanen dituzte denboraren joanean. Aukeraketa zorrotza egiten dute, eta horrek koherentzia ematen dio dendari, bai eta giroa ere. Izan ere, hartan sartu bezain laster, liluratzen zaitu eta bidaiatzen hasten zara.

Erronkarik handiena da jendeak gaur egun oraindik ere bigarren eskuko arroparekiko duen estigma da; eta horregatik, kontzientziazio lan handia egiten dute sare sozialetan, bai eta azaldu ere, beren jantziak garbitu eta zaintzeko prozesu guztia. Biancak, dena den, nabarmentzen du, bigarren eskuko jantziak izateaz gain, beste asko berriak direla, bai beste garai batzuetakoak, bai stock zaharrekoak, eta oraindik ere beren jatorrizko etiketak dituztela, eta are, batzuen prezioa pezetetan ageri dela.

Estimu handian dute jantziak erosten dizkien eta proiektuaren atzean dagoen guztia baloratzen duen jendea. Lan korapilatsua da; hasteko eta behin, erosten duten jantzi bakoitza aukeratu behar dute; horrek esan nahi du askotan beste herrialde batzuetara joan behar izaten dutela arropa hori eskuratzeko; gero, arropa garbitu, akatsik ote duen ikusi, eta dena dendan txukun jarri. Hori guztia gogo handiz egiten dute, eta islatu egiten da salmenta bakoitzean edo dendan sortzen den solasaldi bakoitzean.

Biancak aitortu digu asko ikasi duela denbora honetan, eta honako hauek nabarmendu ditu:

- Jendaurreko lana, eskolarik onena dela uste baitu.
- Inoiz imajinatu ez zituen egoera korapilatsuak moldatzea.
- “Negozio bat dut” hitzak ahoskatzea.
- Laguntasuna
- Arlo pertsonala eta profesionala bereizteko lan zaila
- Aurrekontuen banaketa negozioko hainbat ekintzatarako
- Kameraren aurrean agertu beharra, bideoak sare sozialetara igotzeko
- Sortze-prozesuak
- Ehun, marka eta modeloei buruzko ikerketa.

Erosleen profila askotarikoa da, baina batez ere gaztea. Festa jendetsuak egiten dituzte dendan, urteurrenak eta ekitaldi gehiago eginez urte osoan

Marka honakoen bidez zabaltzen da:

Venta física		Dormitalería kalea, 54 Iruña
Venta on line		https://www.camelovintage.com/
Instagram		caramelo_vintage
mail		vintagecaramelo@gmail.com

Denda honen funtsezko mezua hauxe da: vintage modak zerbait berezia, eksklusiboa eta beste garai batekoa erostea eskaintzen dizu. Planeta zaintzearen alde egin behar da, ekoizpen eta kontsumo neurrigabea eragiten duen eta planetan eragin kaltegarria duen ehungintza-modaren aurrean.

REMAR:



REMAR

REMARek 30 urte eman ditu dagoeneko Iruñean. Duela 40 urte sortu zen Gasteizen, gizartean baztertuak eta hainbat adikzioen mendean zeuden pertsonen gizarteratzea eta laneratzea sustatzeko. Horren haritik, izena REinserción de MARGinados esamoldetik dator. Estatuko autonomia-erkidego guztietan dihardu, eta nazioartean ere badabil, kontinente guztietako 72 herrialdetan ari baita, Erdialdeko Amerikan, bereziki.

Ekonomia zirkularraren eta kontsumo arduratsuagoaren alde eginez, bere negozio-eredua bizialdi luzeagoa izan dezaketen bigarren eskuko jantzien dohaintzetan oinarritua dago. Halaber, bestelako dohaintzak jasotzen dituzte, hala nola etxeko gauzak, altzariak eta etxe hornidurak. Dohaintza-sistemak bi bide ditu: batetik, jendea erakundearen bilketa-gune eta dendetara iristen da. Holakoak Aitzoainen, Arrotxapean, Mutiloan eta Tuteran daude. Bestetik, etxeetara ere joaten dira altzari eta bestelako gauzen bila, jendeak dohaintzan ematen baditu, baina ezin badituzte beren kabuz eraman. Nafarroan, Altzania ibaia kaleko 13an hasi ziren, eta Arrotxapeko denda txikiena da tamainaz.

15 laguneko taldea dute, 6 lantaldean eta 9 boluntario. Horiez gain, hainbat prestakuntza-erakundetako ikasleak ere aritzen dira praktiketan eta komunitatearen aldeko zerbitzuak egiten dituztenak. Kopuru aldakorra da, urtearen eta urtaroaren arabera.

Erljio-oinarri kristaua dute, “lagun hurkoa maitatzea” dute goiburu. Horrek bultzaturik, era holistikoan dihardute ehungintzaren barnean, eta gizarteko sektore ugari ari dira lan hori kudeatzen.

Gero eta egoera aldakorragoetara egokitzen saiatzen ari dira, bai eta ehungintza digitalizatura ere. Hori dela eta, gaur egun Vinted eta Wallapop plataforma digitaletan dituzte produktuak salgai, uneoro jantzien kalitatea eta higiena ziurtatuta; haien jatorriari erreparatuta, adibidez. Alde horretatik, bere sare sozialak aktiboak eta eguneratuak mantentzen saiatzen dira, hala nola IG, Facebook eta webgunea.

iristen diren jantziak aukeratzeko prozesuari dagokionez, beti jantziaren kalitatea aztertzen dute eta nola dau-den, eta salgai jartzen bada, haiek berek garbitzen dute. Bigarren eskuko arroparen biltegira joaten bada, huraxe berrikusi, eta ez badago ongi, Mankomunitateko zabortegira bota edota beste gauza batzuetarako berre-rabiltzen dute, adibidez, piltzar edo traputako.

Beren kasa lan egiten dute, Iruñeko edo Nafarroako elkarte-sareari lotuta egon gabe. Estatu mailan, dena den, Vida nueva eta Betel erakundeekin ari dira elkarlanean.

Haien iritziz, bigarren eskuaren onura nagusia da beharrean dagoenari laguntzea da, kontsumo eta negozio eredu horren bidez. Baina erronkak ere baditu, eskulan beharrean baitabil, horrek eragiten duen lan guztia egiteko.

MADRE CORAJE:



Antonio Gómezek hasi zuen abentura hau eta, hark esaten duen bezala, “bizitza korapilatu zen”, baina beti tinko, lan eginez eta konpromisoz. Dena hasi zen, Bilboko ontzioletatik Peruraino egindako lan bidaia baten ondorioz. Han, izan ere, zabortegetan erabat abandonaturik bizi ziren haur “piraňak” ezagutu zituen. 1991ko lehen esperientzia hark barrena sakon ukitu zion eta eraldatu ere egin zen, mundu bidezkoago eta jasangarriago bat lortzen ahalegintzeko.

Orduz geroztik, Madre Coraje Fundazio bihurtu gara eta hiru ardatz ditugu langai: Giza Laguntza, Garapenerako Lankidetzak eta Justizia Soziala, eta Herritartasun Globalerako Hezkuntza Eraldatzailea. Hori guztia berreskualdatzeko, birziklapenerako eta boluntarioen bidez egiten dugu, boluntarioak gure eginkizunaren egiazko eragileak baitira, Peruko eta Mozambikeko jende zaurgarrien alde beti.

Giza ekintzan egiten dugun lanak honako ardatz hauek ditu: arriskuen eta hondamendien prebentzioa, klima-aldaketa, edukiontzia bidaltzea, Amazoniako lur desplazamenduak, elikagaien ekoizpen jasangarria, haizien babesa eta izozteetan laguntza ematea.

Hona hemen zer arlo lantzen ditugun Garapenerako Lankidetzako proiektuetan: kalitatezko hezkuntza eskualdatzea, ura eta saneamendua eskura izatea, osasun zerbitzuak eskura izatea, landa garapena, herritartasuna eta gobernagarritasuna, klima-aldaketa, landa ekonomiak sendotzea eta balio-kateak, kooperatibak eta elkarteak indartzea. Ikuspegi feminista, jasangarria, giza eskubideak eta kultur aniztasuna oinarri harturik, proiektuon bidez, jendearen bizibideak, bizi-kalitatea eta duintasuna hobetu nahi ditugu, planetarekin harmonian eta planeta zuzentasunez eta jasangarritasunez zainduta.

Aldi berean, Herritartasun Globalerako Hezkuntza Eraldatzailea lantzea funtsezkoa da mundu zuzenagoan eta jasangarriagoan bizitzeko, desberdinkeria desagertu eta giza eskubideak jende guztia erdian eta toki guztietan egiazki errespetatuko dituen munduan, inor atzean utzi gabe. Horretarako, proiektuak garatzen ditugu Europako gainerako lankideekin batera, gaztediaz, generoaz eta erresilientzia emozionalaz, ikaskuntzaz eta zerbitzuaz, gorroto-diskurtsorik gabeko zentzuek, landa zentzuek, ebaluazio eraldatzaileak, “Zure vintage kamisetaren bidaia” proiektuak ehungintzak dituen eraginez, eta SAME ekimenak: kalitatezko hezkuntza bermatzea jende guztia erdian.

Madre Corajek 34 denda ditu Espainian, Andaluzian, Madrilan eta Nafarroan banatuta. Etekinak eragin onuragarria dute langai ditugun Peruko eta Mozambikeko komunitateetan.

Arrosadiaz dugun bigarren eskuko denda 2014ko apirilean zabaldu genuen. Lehenago, beste bat ireki genuen auzo berean, baina ez zuen ikusgarritasun handirik izan. Hori lagungarria izan zitzaigun ekimenari egun auzoan errotua dugun dendan jarraipena emateko. Urteotan, auzoko hainbat ekimenetan parte hartu dugu eta Arrosadia Bizirik ekimenean ere izan gara kide (gaur egun, ez da halakorik). Orain ere Auzoko Adinekoen Sarean gara parte, Iruñeko Udalak bultzatua. Gure iritziz, auzogintza egiteak eta sare-lanean aritzeak zentzua ematen diote eta auzoki kide egiten gaitu. Asko ikasi dugu eta jendeak ekarpenak egin dizkio gure proiektuari, laguntza emateaz gain, eta, esan dezakegu, gaur egun finkatua dagoela. Bezeroak funtsezkoak izan dira ekua-

zio honetan eta egunerokoan laguntzen digute beti; elkarrekiko kezka dugu, bi norabidekoa, eta elkar zaintzen dugu.

Gure dendak gune goxoa izan nahi du tarte atsegina pasatzeko, lasaitasunez, hartu-emanean aritzeko, gozatzeko, hori guztia era kontzientean. Ehungintzak dituen eragin kaltegarriez sentsibilizatu nahi dugu jendea eta alternatiba interesgarria izan, bestela eta era kritikoan kontsumitzeko.

Bigarren eskuaren alde darabilgun apustua lehentasunezkoa da, baliagarria delako bai istorioak kontatzen jarraitzea, bai jantzia bakoitzaren bizialdia gehixeago luzatzea. Arropa, etxe-hornidura eta bestelako dohaintzak gure dendan jasotzen ditugu, eta ematen dizkiguten arropa eta gauza guztiak pisatzen ditugu. Hainbat irizpide ditugu sartzen zaigun arropa sailkatzeko:

- **Arropa berria eta etiketatua:** aduanei buruzko legeen eta osasun jarraibideen eraginez, arropa berri etiketatua igorri dezakegu nazioartera laguntza sozial gisa gure giza bidalketetan, Peruko eta Mozambiqueko komunitate pobretuetara.
- **Bigarren eskuko arropa:** gainerako arropa herritarren eskura uzten dugu, prezio sinbolikoetan, Espainiako gure Denda Solidarioetan, eta Espainiako erakundeei ematen diegu (beste elkarte batzuk, GKEk, udalak, diputazioak...) inguruko familien eta herritarren artean banatzeko, edota bestela, arropa erabilia balorizatzeaz gain, hondakinak kudeatzen dituzten enpresei ematen diegu, birziklatu edo berrerabil dezaten, eta horrela, dirua Madre Corajeren eginkizuna finantzatzeko.

Jantzi bakoitza zaindu, ozonoarekin desinfektatu eta dagokion esekitokian paratzen dugu dendan, kasuan kasuko pertxan, denda-estetika zaintzeko eta mimatzeko, sartzen den pertsona bakoitza gustura egon dadin barnera sartzean. Boluntarioen tratua funtsezkoa da gure dendan, haiek zaintzen baitute txoko bakoitza, bai eta gure bisitarien kezka bakoitza ere. Dendak erritmo bizia du; beraz, badugu aukera nor garen eta bezeroen erosketen eragina publiko zabalari azaltzeko. Mundua komunitatean eraldatzen dugu.

Urteotan guztietan, gure eroslearen profila aldatu da, eta bigarren eskua orain modan dago. Gure dendan sumatzen da ingurumena kontzientziaturik dagoen jende gaztea, bai eta jantzi eksklusibo eta paregabeen bila dabilen jendea ere, edo prezio apalen bila dabilzanak.

Konpromisoa dugu jende zaurgarriarekin eta hitzarmenak edo koordinazio egonkorra ditugu auzoetako osasun zerbitzuekin, CEAR eta Caritas erakundeekin, edota urtean zehar sortzen joaten diren premia egoerei erantzuteko.

Gure dendan adin, mota, gustu eta estilo guztietako arropa aurkituko duzu: jostailuak, etxe-hornidura, oinetakoak eta beste. Onena da hona etortzea eta gure altxor guztiak aurkitzea. Beraz, zatoz. 20 boluntariok (emakumeak denak) dute proiektua aurrera ateratzeko ardura, eta eragin onuragarria sortzen du gure eginkizunean. Emakume ahaldunduak, konprometituak, langileak, alaiak eta zoragarriak.

Marka honela hedatzen dute:

Venta física		Zangoza kalea, 38. Arrosadia
VINTED		navarra38
Instagram		https://www.instagram.com/madrecorajepamplona_/
mail		navarra@madrecoraje.org

Dendaren gako mezua haxe da: toki eragina duen bigarren eskua, kontsumoa eraldatzea eragiteko, kontsumo kontzientea eta kritikoa izateko, ehungintzak bisitan datozkigun pertsonengan dituen eragin kaltegarriak ezagututa, eta eraldakuntza lortuta, Perun eta Mozambiken langai eta lankide ditugun komunitateetan mundu zuzenago eta jasangarriagorantz jotzeko.

PARÍS 365:



2008ko abenduan, Gizakia Herritar Fundazioa sortu zen, edo ezagunagoa den bezala, Paris 365, hau da, Iruñeko lehen jantoki soziala, zaurgarritasunean edo gizartean bazterturik dagoen jendearen oinarritzko beharrak betetzeko elikadura, janzeran eta higienean, krisi ekonomikoak mundu osoa jo zuen garaian. Hainbat narratibaren elkargunetik dator izena. Batetik, Paris izena aukeratu zen, Fundazioaren lehen jantokia (2009ko ekainean inauguratua) Jarauta kaleko Bar Paris ezaguna izandako aretoan zabaldu zelako, San Lorentzo kalearen ondoko izkinan. Bestetik, “Casablanca” filmaren azken eszenaren aipamena eta “beti geldituko zaigu Paris” aipua daude, aditzera emateko París 365 beti egonen dela hor, baliabide iraunkorra dela, urteko 365 egunetan zabalik, beharrean daudenekin konprometiturik.

Fundazioa sortu zen, bao borondatezko dohaintzen bidez, bai hasieratik proiektuan sinetsi zuten elkarte-kideek lagundurik. Babes hori zabaldu eta dibertsifikatu egin zen, eta finantzazio publikoa ere eskuratu izan du, deialdien bitartez. Unean uneko dohaintzez, janari edo diru dohaintzez edota elkarte-kideez haratago doan jasangarritasuna eta burujabetza bilatu nahirik erakundearendako, Paris 365ek hainbat enpresa sortu zituen bere dirubideak bermatzeko. Orduantxe, bigarren eskuko dendak sortu ziren, talde lanak bultzaturik eta Emausko Trapuketariak lagundurik. Beren ildo ideologikoekin bat, dendak sortu ziren, erakundeak artatzen duen jendearen elikadura, jantzi eta higiene premiak bermatzeko.

Dendek lau helburu betetzen dituzte:

1) Paris 365erako diru-sarrerak bermatzea.

2) Jantziak eskuratzeko aukera ematea jantokia eta jakitokia erabiltzen dutenei, pertsona horien duintasunerako. Horretarako, Paris 365ek balio ekonomiko aldagarriko txartelak eskaintzen dizkie urtaro aldaketa bakoitzean, familia den edo gizabanakoak ote diren. Txartel horien bidez, urtaroarekin bat, klima-premiekin eta, are, une esanguratsuekin (bataioak, jaunartzeak, urtebetetzeak...) bat datorren arropa eskuratu dezakete. Horrela, jantziak eskura izatea funtsezkoa da artatzen dugun jendea duintzeko.

3) Enplegu duina eskaintzea enplegua aurkitzeko zailtasunak dituztenei. Emakumeak, adin erdikoak, iraupen luzeko langabetuak direnak, familia gurasobakarrak.... Horrela, bigarren eskuko dendak sortuz, ingurumen jasangarritasuneko kontzientzian oinarritutako kontsumo aukerak eskaintzeaz gain, dendak halako molde batez eratzen direnez, beste-lako negozio-formak sortzen dira, gizatiarragoak eta bizitzarekiko jasangarriagoak.

4) Edukiontzia solidarioekin lankidetzan aritzea: Jantzia saltzea eta bigarren bizialdia ematea lortzen ez dutenean, prestatu eta edukiontzia solidarioetara bidaltzen da. Edukiontzio munduko beste leku batzuetara iristen dira, hau da, jantzi duina nekez eskuratzen ahal den lekuetara; bereziki, Latinoamerikara eta Afrikara.

París 365en oinarri soziala zabala da benetan. Boluntarioek kudeatzen dituzte, langileek lagundurik, jantokia, jakitokia, dendak eta biltegia. Horrek ahalbidetzen du haren jarduna. Gaur egun, 15 lagun ditu lantaldean, 400 boluntario inguru eta 700 bat elkartekide. Horren haritik, dendek eta biltegiak bi lagun dituzte kontraturik lanaldi osoan, eta bat, lanaldi erdian. Gainera, arestian esan dugun bezala, enplegarritasun zaileko jendea ari da lanpostuotan. Horrela, bigarren eskuko dendak abian jartzeak, ingurumenarekin arduratsuak diren kontsumo aukerak ekartzen ditu eta, gainera, bestelako negozio-ereduak bultzatzen ditu, zuzenagoak eta giza duintasuna gehiago errespetatzen dutenak.

Dendetan saltzen duten produktu nagusia arropa eta oinetakoak dira, baina etxe-hornidurak, sehaskak, etxetresna elektriko txikiak, liburuak, diskoak eta beste ere jasotzen dituzte. hori bai, ez dute altzaririk jasotzen, ezta etxetresna elektriko handiak ere.

Dohaintza-sistema mota bi dituzte. Batetik, herritarren dohaintzak iristen zaizkie, eta bestetik, likidazioan diren dendek dohaintzak jasotzen dituzte, bai eta aurreko denboraldiko stocka ematen dieten dendek dohaintzak ere. Oro har, ez dira etxetara joaten. Dohaintzak jaso ondoren, dena Mutiloko biltegiara eramaten da aukeraketa prozesua egiteko. gero, aukeratzen diren produktuak dendetara eramaten dira. Orduan, denda bakoitzaren xedea bereizten da. Kale Nagusiko dendaren helburu nagusia arropa saltzea da. San Anton kalekoa, berriz, handiagoa da eta gauza gehiago eskaintzen ditu.

Berrerabilpenak gizartean duen indarra kontuan hartuta arropari bigarren bizialdia emateko orduan, dendetan ere euskal jantzi tradizionalak saltzen dira, bai eginak, bai konponduak, bai hobetuak, ehun-jarduerak elkarte moldean egiten dituzten Nafarroako hainbat taldek egindakoak; horrela, sareak eta loturak sortzen dira gure lurraldean ehunaren inguruan lanean ari diren hainbat espazioren artean.

París 365ek sare sozialen bidez zabaltzen ditu bere eginkizuna, ikuspegia eta ekintzak. Halaber, bere web-gunea baliatzen du dendaren sustapenak zabaltzeko; deialdiak gizarteari, egoera jakin batzuetan laguntza eskatzeko; prentsaurrekoak eta harremana hedabide tradizionalekin; eta, batez ere, ahoz aho.

Azken urteotan izan dituzten erronkei dagokienez, gizartean diren behar berrietara eta haien formetara egokitzeko eta haiei erantzuna emateko zailtasuna aipatu dute, aldi berean Fundazioaren beraren jasangarritasuna bermatu nahirik. Entitate gisa haztea askotan ez da jasangarria, mantentzeak dituen inplikazio guztiak kontuan hartuta. Beren ildo politikoeekin bat, París 365 ahaleginean dabil kontsumo eta hazkunde sistematikoaren logiketan ez sartzeko. Zerbitzu zaindu eta kalitatezkoa eskaintzea lehenesten dute, jantokia, biltegia eta dendak ardatz hartuta.

Hori guztia dela eta, París 365ek sare-lanaren eta lan komunitarioaren garrantzia azpimarratu du eta, horrekin batera, aliantzak sendotzea eta gizartearen beharrei elkarrekin erantzuna ematea. Horren haritik, gizarteak Parisen izandako krisi eta zailtasunetan emandako erantzun ikusgarria nabarmendu dute. Fundazioa, era berean, kide da Pobreziaren eta eskusioaren aurka borrokatzeko Nafarroako Sarean (REAS), Fundazioan Elkartean, Enredarse erakundearen (gizarte erantzukizun korporatiboa lantzen duten enpresak); AZ elkartearekin aritzen

dira lankidetzan; jaietan parte hartzen du eta badute harremana kokatuak dauden kaleetako saltokiekin; eta kale egoeran dagoen jendearekin lan egiten duten espazioetan hartzen dute parte.

París 365 krisi egoeran sortu bazen ere, orain gizarte krisi sakonagoa eta konplexuagoa dugu inguruan; egungo krisian, gainera, bestelako elementuak daude loturik eta, ondorioz, erronka eta desafioak handiagoak dira. Horretarako, haien iritziz, ziurtatu behar da egiazki lan egiten dela gizartean dituen benetako beharrei begira eta duintasuna bermatze aldera.

Azkenik, espero dute bigarren eskua betirako gelditzea; ez dadila moda bihurtu. Diotenez, horri loturik, bigarren eskua finkatzea, haratago jotzea eta eduki politikoz betetzea lortu beharra dago. Auerrera-pausoak eman dira, espazioak sortu dira Iruñerrian, eta bigarren eskuak bere leku nabarmena du: Trapuketariak, Geltoki... Helburua da ez dadila errepikatu lehen eskuaren eredua bigarrenean.

Markaren zabalkundea honela egiten dute:

Venta física		Kale Nagusia, 75 eta San Anton kalea, 47.
Teléfono		948 22 24 25 948 22 08 25
Instagram		https://www.instagram.com/_paris_365/
mail		paris365@paris365.org

GREENPEACE:

GREENPEACE

Greenpeace Nafarroa ia duela 20 urte sortu zen, Greenpeace España eratu izanaren ondorioz, 1971an sortu ondoren. Elkartea erabat da independentea eta elkartekideei esker hornitzen da diruz. Hainbat helburu ditu, hala nola klima-aldaketari geldiaraztea, bioaniztasun forma guztiak babestea, kutsadurari aurrea hartzea, eta ozeanoetan, lurretan, airean eta ur gezan egiten den abusua prebenitzea, eta bakea, armagabetzea eta indarkeriarik eza sustatzea munduan. Horretarako, urteotan zehar, lan nagusia protesta-ekintza baketsuak egitea izan da, estatuko gainerako taldeekin koordinaturik, bai eta prestakuntza eta boluntario taldeak prestatzea ere.

Lan taldea boluntarioek osatzen dute, eta hainbat kargu hartzen dituzte bere gain. Horrela, koordinazio alorra dute taldearen funtzionamendua antolatzeko, eta komunikazio alorra ere bai. Erabiltzen duten aretoa boluntario batzuen jabetzapekoa da, eta taldeari uzten diote erabil dezan. Han, hil bakoitzeko lehen ostiralean biltzen dira ekintzak koordinatu eta antolatzeko, hala estatuko gainerako taldeekin batera, nola taldeak berak erabakitzen dituen ekintza autonomoak egiteko.

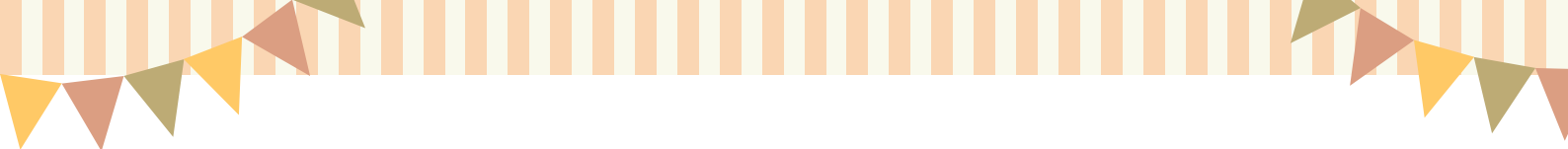
Jakinik kontsumismoak –inkontzientziak eta marka handiek bultzaturik– oso erritmo bizian erostera garamatzala eta, beraz, planetak jasan dezakeena baino gehiago kontsumitzera, Greenpeaceek hainbat arropa mota aztertu eta haietan alergiak sortzen dituzten substantzia toxikoak aurkitu ditu, hala nola kadmioa, merkurioa eta ftalatoak, besteak beste. Horregatik, esaten dute funtsezkoa dela informazioa ematea jendearen kontsumo-erabakiek eragiten ingurumenean eragiten dituzten kalteez. Portaera-aldaketa positiboa sustatu behar da. Horregatik, beharrezkoa da kanpaina hezigarriak eta sentsibilizazio programak egitea eta, jakina, gobernuak, enpresak eta gizarte osoa inplikatzeko.

Greenpeaceek adierazi du heziketa sentsibilizatuak begiak irekiarazten dizkiola gizarteari kontsumo jasangarriko ohiturak hartzeko, gure erantzukizunaz kontzientea egiteko eta aukera ona dela ingurumena eta etorkizuneko belaunaldien ongizatea aktiboki zaintzen laguntzeko.

Eginkizun eta ikuspegi horretan oinarriturik, 2023an proiektu bat jarri zuten abian, edukiontzira botatzen dugun arropa erabiliak bigarren bizialdia gutxitan zuela frogatzeko. Hain bolumen handia ikusirik, gero eta arazo handiagoa izaten ari da ingurumenari eta gizarteari begira.

Horretarako, lokalizazio gailuak jarri zituzten 30en bat jantzitan eta hainbat hiritako edukiontzitara bota ziren. Handik urtebetera, jantzi horiek non zeuden aztertu zuten. Horrela, ehungintzaren erosi eta botatzeko eredu gainezkatuaren errealitatearen argazkirik hobea izan zuten.

Egia esan, gaur egun ez dago erosi eta botatzeko eredu gainezkatu horri eusteko moduko ekonomia zirkularrik. Moda azkarraren industriak eragin asko sortzen ditu, eta horietako bat da zer gertatzen den botatzen dugun alimaleko jantzi kopuru horrekin. Hori dela eta, funtsezkoa da egoera ezagutzea, baina ehungintzak ez du nahi guk horren berri izaterik.



Esaten dutenaren arabera, Estatua batez bestekoaren gainetik dago ehun-hondakinen sorreran. 20 kg baino gehiago sortzen ditugu pertsona eta urte bakoitzeko eta, aldiz, 2,1 kg bakarrik biltzen ditugu pertsona eta urte bakoitzeko. Kontsumoaren ondotik biltzen diren ehun-hondakinetara mugatzen bagara (hau da, edukiontzieta-
ra botatzen ditugun oinetakoak eta arropa, ehungintza-lantegietan bertan berreskuratzen dena kontuan hartu gabe), berreskurapena % 4 besterik ez da.

Bere ekintzen barnean, Greenpeacek nazioarteko akordioa lortzea du xede, ehun-hondakinen esportazioa debekatzeko eta kudeaketa arduratsua ziurtatzeko; besteak beste, jostintza jasangarriko tailerrak egin dituzte josten ikasteko eta erabiltzen ez ditugun jantziei bigarren aukera emateko; online jarduerak ere egin dituzte mota etikoaz eta jasangarriaz; eta zuzenekoak egin dituzte Instagramen ehungintzaz eta moda azkarraz jendea arazoaren gainean kontzientziatzeko.

Bere ibilbidean, Greenpeacek erronka nagusi batzuk izan ditu aurrean; adibidez, beren jardueran eginez kutsadura eragiten duten enpresen praktika txarrak salatzea, enpresa horiek erronka nagusiak a lo largo de su historia, SLAPP izeneko estrategiak erabiltzen baitituzte. Adibidez, enpresa handi horiek behin eta berriz aurkezten dituzte funtsik gabeko demandak, kontu publikoei buruzko irregulartasunik salatzen dutenen aurka. Horren haritik, Greenpeacek epaiketa askori egin behar izan die aurre eta, zenbaitetan, dirutza handi-handia eragin die; esate baterako, AEBko azken SLAPP auzia, Energy Transfer petrolio-enpresa estatubatuarraren eskutik, Greenpeace suntsitzeko asmoa baitu.

Ikerketa eta salaketa arloko ekintzen artean, Greenpeacek ederki frogatu zuen ehungintza dela planeta gehien kutsatzen duen sektoreetako bat; horretarako, analisiak egin zituen, nazioarteko eta Espainiako 20 markatako jantzietan (Mango eta Zara barne).

2000ren hasieran, munduko ehungintza Asiako hego-ekialdera jotzen hasi zen, prezio lehiakorragoak eta prozesu azkarragoak lortzeko, lan-harreman prekarioen bidez eta ingurumeneko kontrolak baztertuz. Enpresa multinazionalak gizarte eta ingurumeneko erantzukizun politika badute ere, nekez betetzen dute. Ehungintzak gero eta produktu kimiko toxiko gehiago erabiltzen ditu eta ekoizpen-lekuetan isurtzen dira.

Hori guztia herrialde ekoizleetako milaka lagunen bizimodua aldatzen ari da, haien ingurunean kalte larriak eraginda. Produktu kimikoek mundu zabaleko armairuetara iristen den arropa blaitzen dute, eta degradatzen direnean (garbitzean, adibidez), disruptore hormonalak bihurtzen dira edota substantzia minbizi-sortzaileak.

2011an, Greenpeacek DETOX kanpaina abiarazi zuen, ehungintzak ekoizpen-prozesuetan erabiltzen zituen kimiko toxikoak ezabatzea lortzeko. Txinan eta beste herrialde batzuetan hornitzaileak zituzten sektoreko enpresa askorekin hasi ziren hizketan, eta eskatu zitzaaien haiek berek exijitu ziezaietela hornitzaileei produktu toxikoen ordez hain kutsagarriak ez ziren beste batzuk erabiltzea denbora epe arrazoigarrian. Enpresa batzuek (Zara, Mango H&M, Puma, Nike, Adidas) bat egin zuten kanpainarekin eta toxikorik gabeko modarekin, baina 2020ra arte enpresak ez ziren konprometitu beren arropa-bildumak garbitzera.

Erakundeak badaki arazoa globala dela eta arlo guztietatik ekin behar zaiola; lehenik eta behin, hezkuntza arlotik, hedabideen bidez, ikerkuntzaren bidez irtenbide jasangarriak aurkitzeko, praktika txarrak salatuz, etab. Horregatik parte hatzen dute ekimenetan eta sare-lanean aritzen dira Nafarroa eta Euskadiko beste GKE ekologista batzuekin, bai eta eskala handiagoan ere. Era berean, hitzaldiak ematen dituzte ikastetxeetan erakundeak zer den azaltzeko eta egun ozeanoetan eta airean dagoen kutsaduraren berri emateko, bai eta ehungint-

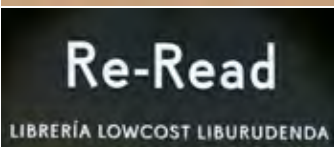
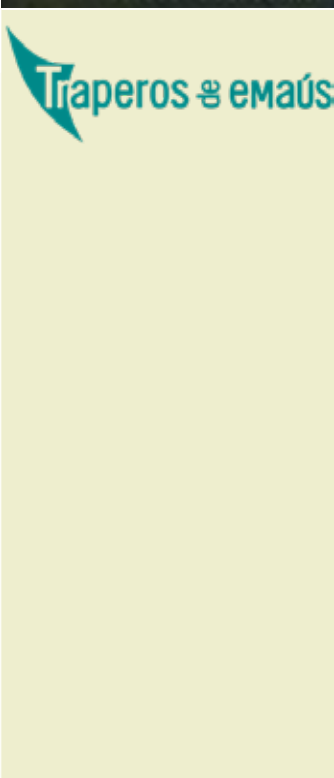
Haien ustez, kontsumitzailearen rola funtsezkoa da gai honetan. Pertsona errunduntzat jo nahi izan gabe, funtsezkoa deritzo informazioa eskuratzeari, azaroa ezagutzeari eta sentsibilizazioa egiteari.

Elhugintzan oso sektore ugaria da gazteria; horregatik, Greenpeacek gazteak sentibilizatzeko hitzaldiak egi-
ten ditu ikastetxe eta institutuetan, erakundea ezagutarazteko, arazo horiek guztien berri emateko eta gazteek
kontsumitzaile gisa duten erantzukizunaz jabetzeko. Gainera, webgunean prestakuntza proposamenak dituz-
te etengabe; hainbat gairi buruzko prestakuntza hitzaldiak antolatzen dituzte bazkideentzat, boluntarioentzat
eta publiko orokorarentzat, adituek emanik.

Erakundera hurbiltzen diren pertsonen profilari dagokionez, adierazi dute ez dagoela profil zehatzik. Badira planeta zaintzeko eta gure ekintzetan parte hartzeko ardura hori transmititu nahi duten familia gazteak, sare sozialetan zabalkunde lanak egiten luzeago aritu daitezkeen erretiratuak, gure jarduerak sare sozialetan zabaltzen dituzten ikasle motibatuak... Gizartean diren sektore guztietako jendea etortzen zaigu.

Begirada etorkizunean pausatuta, haien iritziz, ehungintzak epe luzera bizirik iraunen badu, toxikorik gabeko eredu jasangarriago eta zirkular baterantz jo beharko duela. Horretarako, alde guztiak inplikatu behar dira; lehenik eta behin, kontsumitzaileen kontzientzia handiagoa sustatuz, egungo kontsumo ereduari zalantza jar dezaten eta haien kontsumo ohituretan aldaketak egin ditzaten; ekoizpen neurrigabea ere geldiarazi beharko da, kimiko toxikoen erabilera debekatu, eta ehun-hondakinen kudeaketa egokia.

OTRAS INICIATIVAS:

Baúl de la Patty		Buenaventura Íñiguez k., 16.  elbauldelapatty
Cosa de Uno		Erriberri k. 18 behea. Instagram: unacosaesunacosa_es
Curiositi		C/San Anton 57.  jfarraro@gmail.com
Librería Re-Read Iruña		Zapateria k. 45. T. 948 22 33 81  rereadiruna
Emausko Trapuketariak		www.emausnavarra.org/quienes-somos.php BERRIOZAR Gipuzkoako etorbidea 11. 31013 Berrioizar. PAMPLONA Artika. Artika k. 32. 31014 Iruña. PAMPLONA Gayarre. Julián Gayarre k. 4-6. 31005 Iruña PAMPLONA Triki Traku. Arga ibaia k. 36-38. 31014 Iruña.. BURLADA Zangozako merindadea k. 6. 31600 Burlata. ESTELLA Deierriko etorbidea 33. 31200 Lizarra. TUDELA Miguel Eza k. 12. 31500 Tuterá. TAFALLA Severino Fernández etorbidea 50. 31300 Tafalla

6. ITURRI ZERRENDA

BOE [2022]. Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular.
<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-5809>

BOE [2024]. Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2024-80326>

Ellen Macarthur Foundation [2017]. A new textiles economy: redesigning fashion's future.
https://content.ellenmacarthurfoundation.org/m/6d5071bb8a5f05a2/original/A-New-Textiles-Economy-Redesigning-fashion-future.pdf?utm_source=chatgpt.com

Empresas por la Movilidad Sostenible [s.f] Movimiento entrega sostenible. ¿En qué consiste la entrega sostenible.org?
<https://www.movilidadesostenible.com.es/entrega-sostenible/>

Energy, Climate change, Environment [2023]. Misleading green claims – what is greenwashing?
https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims_en.

Energy, Climate change, Environment [2024]. EU strategy for sustainable and circular textiles.
https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy_en

Energy, Climate change, Environment [2024]. Zero Pollution Action Plan
https://environment.ec.europa.eu/strategy/zero-pollution-action-plan_en#objectives

EUR-Lex, Access to European Union Law [2024]. Directive 2008/98/EC of the European Parliament and of the Council of 19 November 2008 on waste and repealing certain Directives.
<https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2008/98/oj/eng>

European Commission, Strategy and Policy [2019]. The European Green Deal Striving to be the first climate-neutral continent.
https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en



Fashion Forward u Interreg Sudoe [abril de 2025]. Sector textil europeo. Iniciativas legislativas para la ciudadanía.
https://interreg-sudoe.eu/wp-content/uploads/2025/06/2025_042-Guies-Fashion-Forward-Ciudadania-3-05.pdf

StopWasteColonialism. Kantamanto Community. [s.f]
<https://stopwastecolonialism.org/kantamanto-community/>

Global Market Statistics [2024]. Tamaño del mercado textil, participación, crecimiento y análisis de la industria por tipo (algodón, químico, lana, seda, otros), por aplicación (hogar, técnico, moda y ropa, otros) y pronóstico regional 2023.
<https://www.globalmarketstatistics.com/es/market-reports/textile-market-11219>

Humana. People to people [Abril 2025]. Informe - Cuántas tiendas de ropa de segunda mano hay en España.
https://www.humana-spain.org/uploads/archivos/otros/humana_estudio-tiendas-de-ropa-de-segunda-mano-abril-2025.pdf

IVA Verde. Página principal.
<https://www.ivaverde.com/>

La Pera. Wifiction.com [19 de enero de 2024]. Es el sucio secreto de la industria': por qué el problema del exceso de oferta de la moda es un desastre medioambiental.
<https://lapera.mx/es-el-sucio-secreto-de-la-industria-por-que-el-problema-del-exceso-de-oferta-de-la-moda-es-un-desastre-medioambiental/>

Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 [15 de marzo de 2024]. Guía de comunicación sostenible: cómo incluir información medioambiental en tus estrategias y campañas.
<https://www.dsca.gob.es/es/publicacion/guia-comunicacion-sostenible-version-castellano>

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico [s.f]. Estrategia Española de Economía Circular y Planes de Acción.
<https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/estrategia.html>

MODAES [15 de abril de 2025]. Segunda mano en España: ocasional, más frecuencia entre hombres y 87 euros al año.
<https://www.modaes.com/back-stage/segunda-mano-en-espana-ocasional-mas-frecuencia-entre-hombres-y-87-euros-al-ano>

MODAES [2 de abril de 2025]. ¿Cuántas tiendas de segunda mano hay en España? La concentración marca el sector.
<https://www.modaes.com/back-stage/cuantas-tiendas-de-segunda-mano-hay-en-espana-la-concentracion-marca-el-sector>

MODAES [29 de abril de 2024]. Scrap, ¿y ahora qué?: segunda mano, capacidad industrial y financiación.
<https://www.modaes.com/entorno/scrap-y-ahora-que-segunda-mano-capacidad-industrial-y-financiacion>



MOVE! [2025] Legislación.

<https://www.movemodaenmovimiento.com/legislacion>

Noticias Parlamento Europeo [17 de enero de 2024]. Nueva ley de la UE que prohíbe el blanqueo ecológico y la información engañosa.

<https://www.europarl.europa.eu/news/es/press-room/20240112IPR16772/nueva-ley-de-la-ue-que-prohi-be-el-blanqueo-ecologico-y-la-informacion-enganosa>

Re-Viste [25 de marzo de 2024]. Constituida la SCRAP para la gestión de los residuos textiles en España, por Decathlon, El Corte Inglés, H&M, IKEA, Inditex, Kiabi, Mango y Tendam.

<https://re-viste.org/constituida-la-scrap-para-la-gestion-de-residuos-textiles-en-espana/>

SellersCommerce [19 de junio de 2025]. 51 eCommerce Statistics In 2025 (Global and U.S. Data).

<https://www.sellerscommerce.com/blog/ecommerce-statistics/>

Slow Fashion Next [26 de mayo de 2025]. Keynote 1: Presentación Guía Anti-Greenwashing del Ministerio de Consumo.

<https://www.youtube.com/watch?v=UuJPA1oJgn4>.

Slow Fashion Next [26 de mayo de 2025]. Mesa de diálogo 7: Sobreproducción y sobreconsumo: El elefante en la habitación.

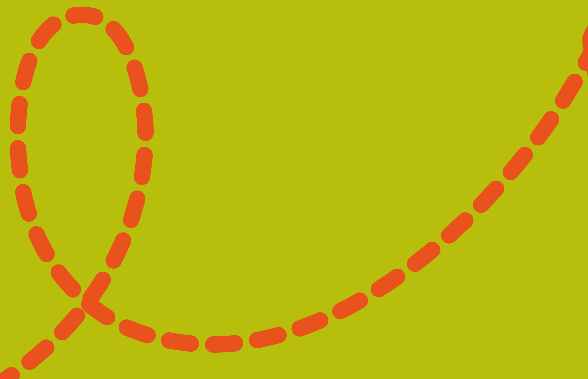
<https://www.youtube.com/watch?v=q800IC08ee4>

VOX [31 de enero de 2020]. Fashion has a misinformation problem. That's bad for the environment.

<https://www.vox.com/the-goods/2020/1/27/21080107/fashion-environment-facts-statistics-impact>

WGSN [s.f]. Doing more with less.

<https://lp.wgsn.com/WGSN-OCC-Report.html>



2. eskua



MADRE CORAJE

De tu compromiso nace la esperanza

Zangoza kalea, 38. Arrosadia. Pamplona-Iruña
31005 Nafarroa | T. 948 233 289 | navarra@madrecoraje.org

www.madrecoraje.org

 [madrecorajepamplona_](https://www.instagram.com/madrecorajepamplona_)

