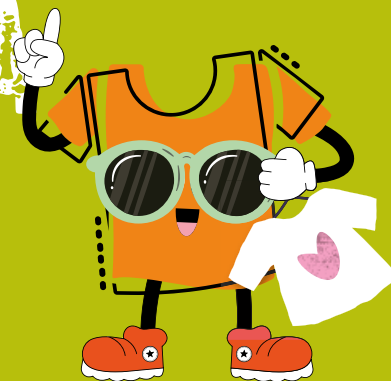




2. eskua

BIGARREN ESKU
PRIMERAKO
ALTERNATIBA



MADRE CORAJE
De tu compromiso nace la esperanza

Gobierno
de Navarra



Nafarroako
Gobernua





Zangoza kalea, 38. Arrosadia. 31005 Pamplona-Iruña (Nafarroa) | T. 948 233 289 | navarra@madrecoraje.org
Kuria kalea, 25. 31001 Pamplona-Iruña (Nafarroa) | T. 948 23 32 89 | navarra@madrecoraje.org

www.madrecoraje.org

Jarrai gaitzazu:

 www.facebook.com/asociacionmadrecoraje/

 [@MCorajeONGD](https://twitter.com/MCorajeONGD)

 [@madrecorajeongd](https://www.instagram.com/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/cuantas-tiendas-de-segunda-mano-hay-en-espana-la-concentracion-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-financiacion> 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 ganean; 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, aztertutako 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.

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

Saltzen dugun arroparen % 13,69 (157 jantzi) Txinan egin 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 irautea duela, eta, hain zuzen ere, moda jasagarriak helburu horixe du, hau da, iraunkortasuna. Etiketari “Espainian egin” 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, Txinaren % 11,14rekin; Bangladeshen, % 4,47rekin; gainerako datuak ez dira adierazgarriak.

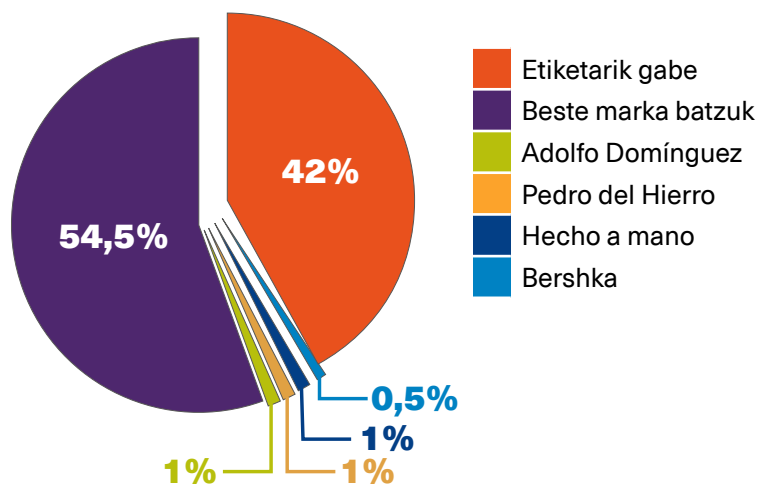
Herrialdea	Jantziak, guztira
Txina	112
Espainia	147
Bangladesh	45
Etiketarik gabe/Herrialderik gabe	419
Alemania	4
Argentina	1
Birmania	3
Brasil	1
Kanbodia	8
Kanada	2
EEE	3

Saltzen dugun arropa egiteko erabili diren gaien dagokienaz, eta aurretik egindako inbentario guztietan bezala, ehunetik 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

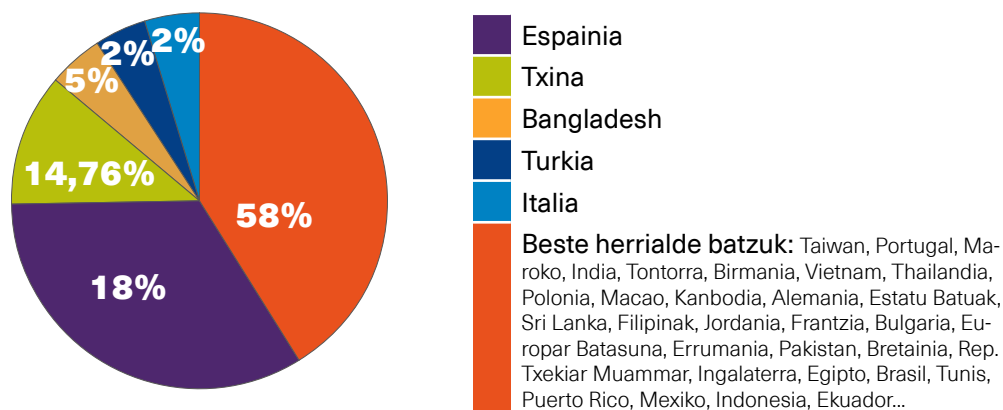
Berriz ere, Mendillorriko BHIko ikasleek aztertu dute gure fundazioak Zangoza kaleko 38ko dendan (Arrosadia) duen arropa: 1.219 jantzi, zehazki. Jantziaren jatorria eta ekoizpen materiala aztertu dira.

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).

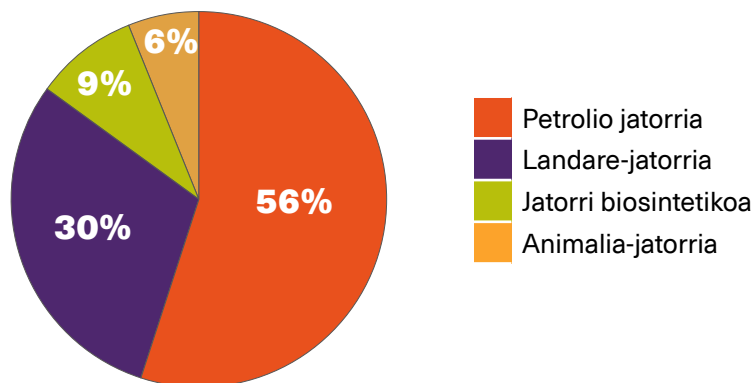


Gainerakoa hainbat markatak da, baina aipatutakoak baino ehuneko txikiagorekin.

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 gaintitzen 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 azterturiko 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.

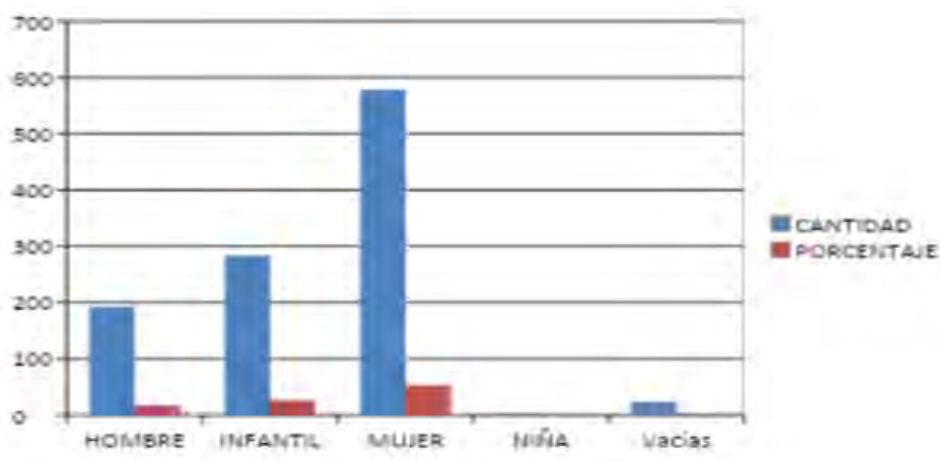
2026ko martxoan azterlan bat egin da:

ZANGOZA

Mendillorriko BHIko ikasleek, berriz ere, Zangoza kaleko 38ko (Arrosadia) dendako 1.082 arropa aztertu dituzte. Zehazki, jantziaren jatorria eta zerez daude eginak aztertu dute. Azterketa bereziki da erabilgarria dispo-nibilitate joerak jakiteko, birjartze beharrak baloratzeko, eta arroparen erakusketa eta salmenta nola antolatu orientatzeko.

Sexuaren arabera sailkapenak erakusten du argi eta garbi dela nagusi emakumeendako arropa, 579 ale erregistratu baitira. Gero, haurrendako arropa dator, 287 alerekin; gizonendako jantziak, berriz, 192 dira. Banaketa horrek agerian jartzen du emakume arropetan dagoela disponibilitaterik handiena inbentarioan; beraz, aukera posibleak identifikatzea ahalbidetzen du, etorkizuneko bilketa edo sailkapen kanpainetan eskaintza orekatzeko.

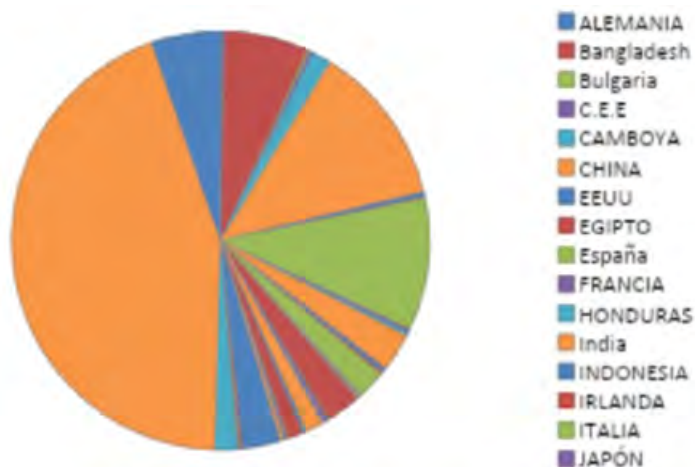
Jantzi kopurua, guztira: **-Emakumea, 579- Haurrak, 287-Gizona, 192**



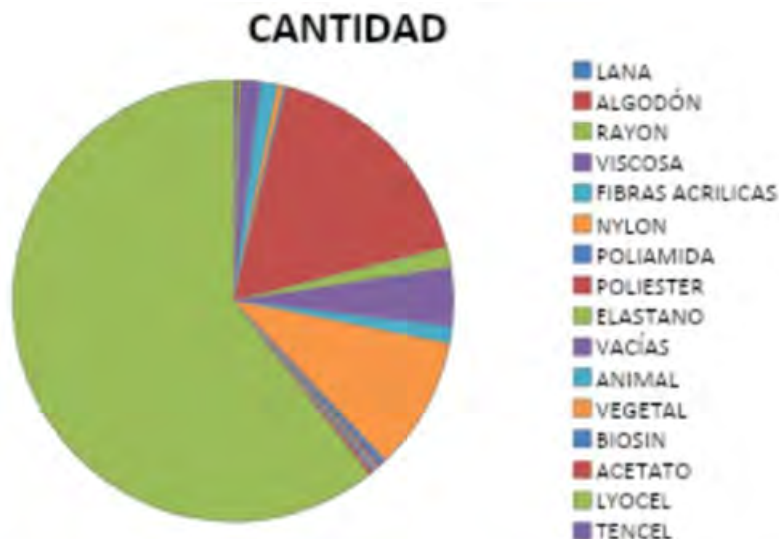
Jantzien ehuneko banaketa aztertzen badugu, guztira inbentariatu dena kontuan hartuz, agerian dago halako metaketa nabarmena dagoela kategoria jakin batzuetan. Bereziki dira nabarmentzekoak txaketak (% 19), soinekoak (% 16), galtzak (% 12) eta atorrak (% 10), eta bere osoan, eskura dagoen stockaren atal oso nabarmena dira. Osaera horrek erakusten du eskaintza askotarikoa dela, baina argi eta garbi dago bideratua eguneroko erabilerarako jantziara eta eskari handiko arropetara. Hori lagungarria izan daiteke izakinak txandakatzeko eta erabiltzaileen beharrei erantzuteko gaitasuna izateko.

Ondoko grafikoan jantzien banaketa dago jaso, fabrikazio- edo jatorri-herrialdearen arabera. Azterketa horrek informazio garrantzitsua ematen du inbentariatutako jantzien jatorri geografikoaz, eta gainera, stockean ordezkaturako herrialde-ekoizle nagusiak zein diren jakiteko aukera ematen du. Datuek erakusten dute jantzien zati esanguratsu batek ez duela jatorrizko herrialdeari buruzko informazio identifikagarriarik; hori ohikoa da bigarren eskuko jantzien inbentarioetan, etiketak hondatuak daudelako edo etiketarik ez dagoelako. Jatorria

zehaztu zaien jantzien artean, Txina (% 12) eta Espainia (% 10) nabarmentzen dira jatorri-herrialde nagusien artean. Eraitza horiek erakusten dute badela estatuko eta nazioarteko ekoizpena, bai eta tradizioz ehungintzari lotutako herrialdeen presentzia nabarmena ere.



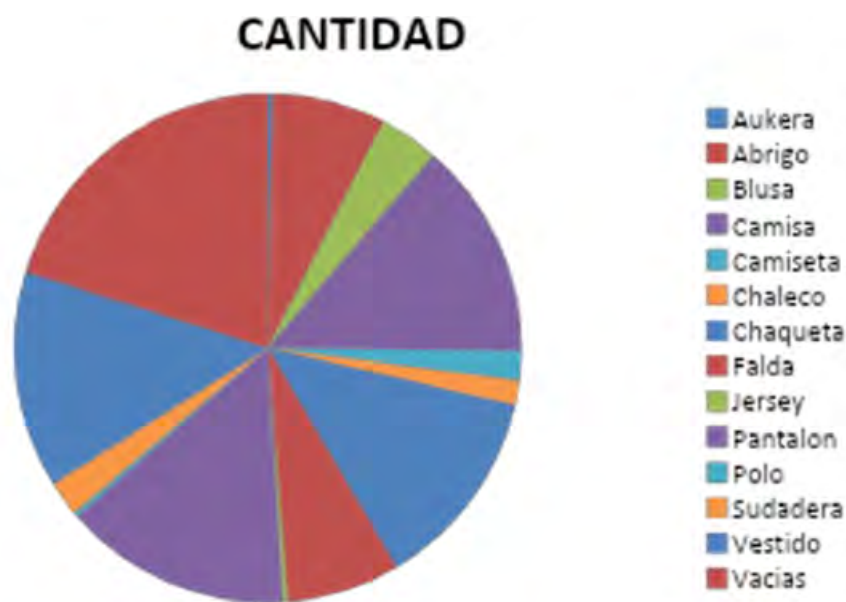
Identifikatutako materialak hainbat kategoriatan multzokatu dira, jatorriaren eta osakeraren arabera: landare-jatorriko zuntzak, animalia-jatorriko zuntzak, material biosintetikoak eta petroliotik eratorritako zuntzak. Jantzi askotan ezin izan da ehun-osaera identifikatu, informazio-etiketak ez dagoelako edo hondatu egin direlako. Erregistratutako materialen artean, poliesterra (% 17) eta landare-jatorriko zuntzak (% 10) nabarmentzen dira, aztertutako jantzien artean ordezkari handiena duten taldeak baitira. Eskura dagoen informazioak berres-ten du ehunak askotarikoak direla, ezaugarri hori ohikoa baita jatorri eta antzinatasun desberdineko dohaintzetatik datorren inbentario batean.



CURIA

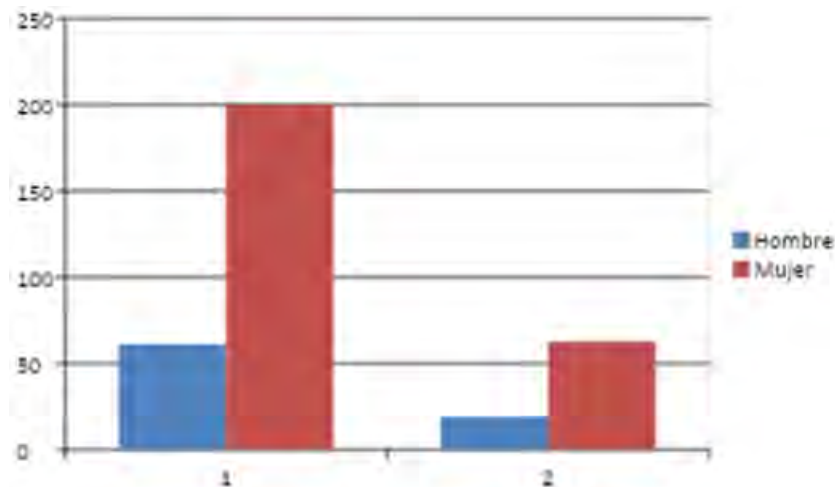
Curiako egoitzan, guztira, 316 jantzi zenbatu ziren. Produktu-kategoriaren arabera banaketak aukera ematen du eskura dagoen stocka jakiteko eta, era berean, inbentario barruan zer jantzi taldek duten pisurik handiena jakiteko. Informazio hori erabilgarria da barne kudeaketarako, salmenta guneak antolatzeke eta etorkizuneko dohaintza kanpainak planifikatzeko.

Ehunekoan arabera banaketak erakusten du atorrak, soinekoak eta galtzak guztien % 14 direla (haietako bakoitza); gero, txaketak datoz, % 13ekin. Kategoriatan Curiako egoitzako inbentarioaren gune nagusia dira eta erakusten dute eskaintza orekatua dagoela maiz erabiltzen diren jantzien artean. Tipologia horietan metatzea lagungarria izan daiteke stocka gehiago txandakatzeko eta, era berean, erabiltzailearen ohiko eskarira hobeki egokitzeko.

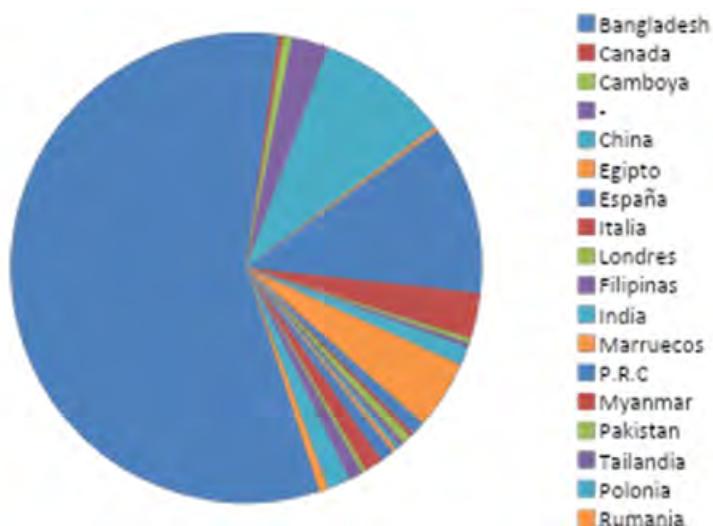


Zangozako egoitzan bezalaxe, askoz ere gehiago dira emakumeentzako arropak gizonezkoentzako jantziak baino; beraz, joera hori bi salmenta guneeetan dago finkatua. Banaketa horrek berresten du eskura dagoen stockik handiena emakumezkoentzako kategoriari dagokiola, eta hori erreferentziazkoa izan daiteke etorkizunean jantziak bildu, sailkatu eta birjartzeko ekintzak antolatzeke orduan.

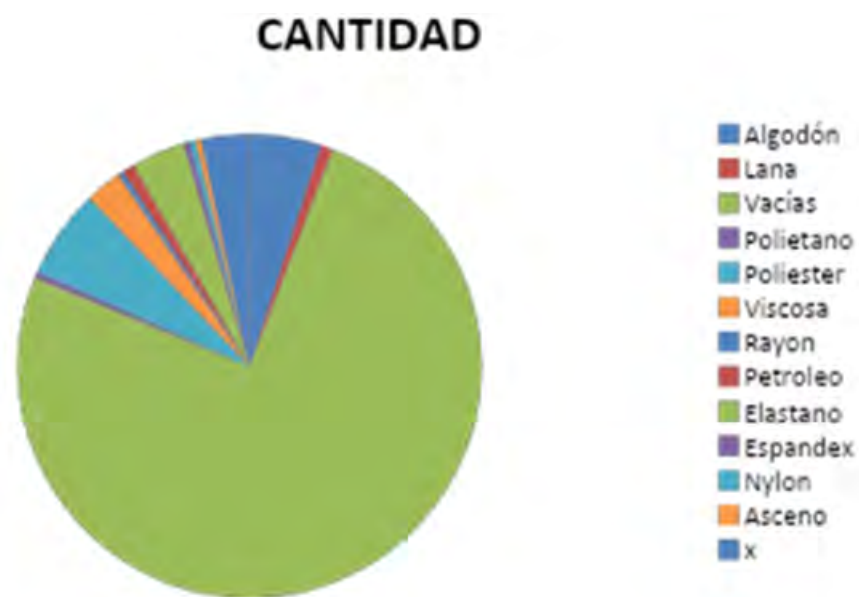
Jantzi kopurua, guztira: **-Emakumea, 200- Gizona, 61**



Zangozako egoitzan ikusi den bezala, jantzi inbentariatuak ehuneko handi batek ez dakar informaziorik jatorri-herrialdeaz. Identifikatu diren jatorrien artean, Espainia (% 12) eta Txina (% 9) nabarmentzen dira. Emaitzek inbentarioaren osaera askotarikoa erakusten dute eta, era berean, dohaintza bidez jasotako jantzien ekoizpen zirkuituak askotarikoak direla.



Identifikatu denez, Curiako egoitzako jantzien material erabilienak poliesterra (% 6) eta kotoia (% 5) dira. Ondoko taulan jaso dago inbentarioan diren ehunen banaketa. Informazio horren azterketari esker, hobeki daki-gu zer ezaugarri dituzten eskura dauden jantziek eta, era berean, erreferentzia erabilgarria ematen du stocka ongi sailkatu, gorde eta kudeatzeko.



Bi egoitzen arteko alderaketak agerian jartzen du antzeko patroiak daudela kategoria nagusietan, bai eta jantzien sexuen eta jatorriaren araberako banaketan ere, eta horrek koherentzia ematen dio aztertutako inbentario osoari.

Emaitzek, oro har, erakusten dute zeinen garrantzi handia duten dohaintzek ehun-produktuen bizitza erabilgarria luzatzeko orduan eta kontsumo-eredu jasangarriagoak sustatzeko orduan.

Egoitzetako inbentario bateratuan oinarriturik (Zangoza eta Curia), honako kopuru hauek erregistratu dira kategoriako: **3.296.000 litro** ur aurreztu dira.

	217 Soineko	x 2.000litro/ale = 434.000 L.
	197 Galtza	x 1.000litro/ale = 197.000 L.
	276 Atorra, kamiseta, blusa eta bodi	x 1.000litro/ale = 276.000 L.
	412 Traje, txaketa, blazer, jertse eta beroki	x 5.500litro/ale = 2.266.000 L.
	82 Gona	x 1.500litro/ale = 123.000 L.

Madre Coraje erakundearen denda solidarioetako (Zangoza eta Curia) ehun-inbentarioari buruz egingako azterlanari esker, jotzen da guztira 3.296.000 litro ur aurreztu direla.





3. EHUN JASANGARRI ETA ZIRKULARREI BURUZKO LEGEDIA

LEGERIA

Bidegabekeria egoerak hemendik kilometro askotara daude, baina baita inguruko lantegi edo etxaldeetan ere, *The Guardian*ek albisteotan azaldu duen bezala, hots, Fatimaren istorioa erakutsi baitu eta nola dagoen esklabo Espainiako etxalde batean. Ordu asko lanean, arras baldintza kaskarretan, soldata bidegabe baten truke. (Iturria: <https://www.theguardian.com/global-development/2026/jul/30/spain-morocco-human-trafficking-modern-slavery-farm>)

Horrelako atakak (bidegabekeria, segurtasunik eza eta jasanezintasuna) konpontzen saiatzeko, legeriak al-daketa interesgarriak sartu ditu. Europa mailako araudiak, gainera, gero eta gehiago dira eta, ondorioz, baita estatu kideetan ere.

Eta egoera horren aurrean, Europako herrialde bakoitzean, aurrerapena desberdina da. Frantzia da erreferentea, baita Herbehereak ere, hondakinen kudeaketan eta ekodiseinuan garatutako eta ezarritako lanean. Espainian gero eta nabarmenagoa da asmo dialektikoa, eta hainbat araudi onetsi dira, sektorean ezarri ahal izateko, baina lan handia dago egiteko eta ehungintza eraldatu ahal izateko, eta hura bidezkoagoa eta jasangarriagoa izateko.

2026an, aplikatzeko urratsak egin dira araudietan, eta beste batzuk ere garapen prozesuan daude, 2027-2028an ezartze aldera. Prozesu motela izaten ari da, baina azken urteotan argitzen eta aplikatzen ari dira Europako legeriaren mende dauden estatu mailako hainbat araudi.

MOVEdo Modaen Movimiento ekimenak zalantza asko argitu ditu araudizurrunbilo horrengainean, eta ondoren azalduko ditugu. MOVEk sortutako taula bat ekarri dugu, begirada batean sektorearen funtsezko araudien egungo egoera argitzeko. Paperaren amaieran, 2031 raarteko araudiaren proiektzioa egindute, oso interesgarria. Iturria: <https://www.movemodaenmovimiento.com/files/2026/paper/Paper-20260722-legislacion-estado-actual.pdf>

Estado actual de la legislación europea vinculada a la sostenibilidad para el negocio de la moda	
- Reglamento sobre Diseño Ecológico para Productos Sostenibles. - Reglamento de eliminación de la exención arancelaria para importaciones de bajo valor. - Revisión de REACH dentro del Pacto Verde. - Reglamento sobre el Traslado de Residuos.	EN APLICACIÓN: aprobada y genera obligaciones (supeditada al desarrollo de los actos delegados).
- Reglamento sobre Deforestación - Reglamento sobre Trabajo Forzoso	APLICACIÓN FUTURA: aprobada, pero las obligaciones todavía no aplican.
- Directiva Marco sobre Residuos - Directiva sobre Informes de Sostenibilidad Corporativa - Directiva sobre Diligencia Debida - Directiva sobre Transparencia Salarial - Directiva sobre el Derecho a Reparar - Directiva de Empoderamiento de los Consumidores para la Transición Ecológica	EN TRANSPOSICIÓN: la norma existe, pero España aún no la ha incorporado.
Reglamento sobre Etiquetado Textil	EN REVISIÓN: la Comisión está revisando el texto.
Directiva sobre Afirmaciones Ecológicas	RETIRADA: la propuesta ya no seguirá adelante.

EHUNGINTZAN APLIKATU BEHARREKO ARAUDIA:

2019 European green deal: Itun Berdea-

Esparru estrategikoa da, ez ehungintzako araudia. Helburua du klima neutraltasuna 2050erako lortzea eta isuriak % 55 murriztea 2030erako, 1990. urtekoekin alderatuta. Alderdi asko biltzen dituen esparru horren barnean, Ekonomia Zirkularra da gakoetako bat. Hainbat araudi garatu dira, baita beste araudi zehatzago bat ere, berariazko estrategia duen ehungintzari aplikatzeko modukoa. Ekonomia Zirkularrean barneratzen bagara, nabarmendu dezakegu ehungintza laugarren lekuan dagoela, elikaduraren, etxebizitzaren eta mugikortasunaren ondoren, ingurumenean duen eraginari dagokionez; horregatik, itun hau egokia eta beharrezkoa da. Gaur egun indarrean dago.

Zero Kutsadurarako Ekintza Plana (CEAP): (CEAP):

Airearen, uraren eta lurzoruaren zero kutsadurantz. 2050erako, zero kutsaduraren ikuspegiak proposatzen du airearen, uraren eta lurzoruaren kutsadura murriztea osasunerako eta natur ekosistemetarako kaltegarritzat jotzen ez diren mailetara, gure planetak aurre egiteko moduko mugak errespetatuta eta, horrela, toxikorik gabeko giroa sortuta. (https://environment.ec.europa.eu/strategy/zero-pollution-action-plan_en) Gaur egun, Europako Batzordea gauzatzen eta berrikusten ari da.

2022 EBren Estrategia Ehun Jasangarri eta Zirkularretarako

Helburua da EBko merkatuan merkaturatutako ehungintzako produktu guztiak iraunkorrak izatea, haien fabrikazioan zuntz birziklatu, konpongarri eta birziklagarri gehiago erabiltzea, substantzia arriskutsurik ez edukitzea, eta eskubide sozialak eta ingurumena errespetatuz ekoiztea (https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy_en), fast fashion geldiaraztea lortzeko. Laburpen-agiri bat garatu 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 ehungintzarako, eta bertan zehaztua dago nola ezartzen ari den Europar Batasunaren estrategia ehun jasangarri eta zirkularretarako. Gaur egun, indarrean da eta aldaketak egin dira esparru horren mende dauden araudietan:

1. **ESPR Produktu jasangarrietarako Ekodiseinu Araudia 2024/1781**, bultzada handiena izan duen araudia da, ehungintzan lehentasunezkoa dena. Kalkuluen arabera, 2027an Produktuaren Pasaporte Digitala ezarriko da. Europar Batasuneko (EB) merkatuan produktu fisikoak kokatzen dituzten enpresei aplikatzen zaie edo EBn zerbitzuan jartzen dituztenei, tarteko osagai eta produktuak barne (*Iturria: Slow Fashion Next*).



2. 2026ko uztailaren 19tik aurrera, enpresa handiek debekatuta dute saldu gabeko **ehun zehatzak suntsitzea**. 2027ko otsailean, saldu gabeko produktuei buruzko formatu estandar bat betetzeko betebeharra izanen dute.
3. **Ekoizlearen erantzukizun handitua**: 2025eko urriaren 16an jarri zen indarrean hondakinei buruzko 2025/1892 araudia eta, 2026an, estatu bakoitzak garatu behar duen Europako esparruaren parte da. Esparru horretan, **SCRAP** eratu zen, ehungintzak eragiten dituen hondakinak Espainian kudeatzeko. Hor daude Decathlon, El Corte Inglés, H & M, IKEA, Inditex, Kiabi, Mango eta Tendam enpresak (2024. urtea) (*Iturria: <https://re-viste.org/constituida-la-scrap-para-la-gestion-de-residuos-textiles-en-espana/>*). Helburua da ehunen birziklapenari bultzada kolektiboa ematea Espainian, sektoreko hondakinak behar bezala kudeatuz eredu zirkular baterantz aurrera eginda. Hala ere, merkatua orain ez dago prestatuta fast fashionetik sortzen den hondakin guztiari irteera emateko. Ezartze bidean.
4. **Ehun etiketei buruzko 1007/2011 (EB) Erregelamendua**. Helburua da erosiko den jantziari buruzko egiazko informaziorako sarbidea bermatzea; hemen pasaporte digitala nabarmentzen da, oraindik ez baitakigu zer informazio jasoko duen, ez dago ezarpen datarik. Enpresa batzuek hasi dira ezartzen, baina bezeroen % 2k baino ez dute irekitzen. Egungo etiketak datu zehatzak eta egiaztagarriak eman behar dizkigu. Gaur egun, araudia bera berrikusten ari da.

Hondakinei buruzko Esparru Zuzentaraua (Waste Framework Directive, WFD) (EB) 2008/98/EC. Haren aldaketarik berriena 2025eko irailaren 10eko Zuzentaraua da (EB 2025/1892).

Eguneratze horretan erantzukizun handituaz hitz egiten da, bai eta hondakina biltzearen, berrerabiltzearen, birziklatzearen eta zirkulartasunaren kostuez ere. 2025eko urtarrilaren 1etik aurrera, estatu kide guztiek ehunak bereizita biltzeko sistemak ezarri behar dituzte, haien berrerabilera edo birziklapena (Iturria: <https://eur-lex.europa.eu/TodayOJ/index.html>).

Ehungintzako ekoizlearen (RAP) erantzukizun handitua zehazten du. Hemendik aurrera, ekoizten duenak bere ekoizpenaren hondakina kudeatu behar du. Legearen helburua da debekatzea saldu gabeko ehunak erraustea eta suntsitzea. Era berean, konpongarritasuna balioan jarri eta ikusarazi nahi da, eta berrerabilpena lehenetsi birziklapenaren aurretik. Estatuko araudiak ezartzeko epea 2028ko apirilaren 17a da.

2026ko maiatzean, Espainiak ehungintzako produktuei, oinetakoei eta hondakinen kudeaketari buruzko Errege Dekretuaren proiektu bat deklaratu zion Europako Batzordeari, WFD hondakinei buruzko esparru zuzentarauaren babespean. 2026ko abuztuaren 28an amaitu da aldaketak egiteko itxaronaldia, eta ordura arte ezin da behin betiko arautzat hartu.

2024ko uztailaren 18an jarri zen indarrean Europako Legebiltzarraren eta Kontseiluaren **2024/1781 (EB) Erregelamendua**, Europar Batasunean produktu jasangarriei aplikatu beharreko diseinu ekologikoko betekizunetarako esparru bat ezartzen duena. Ekoizpenean eta kontsumoan eraginkortasun energetikoa lortzeko helburu argia du. Eta horrela industria jasangarria lortzeko. Horrek ekoizpena aldatzea dakar, baina baita biztanleriaren kontsumo-ohiturak eraldatzea ere. 2024ko martxoaren 26an jarri zen indarrean, eta estatuetako legedira ekartzeko azken eguna 2026ko martxoaren 27a da, eta neurri nazionalak 2026ko irailaren 27an aplikatzea aurreikusten da.

Justifikatu gabeko ingurumen-alegazioek urteko negozio-bolumenaren % 4ko isuna eragin dezakete.

(Iturria: [https://pinkermoda.com/guia-normativa-europea-textil-moda-empresas/?utm_source=email&utm_medium=email&utm_campaign=\[\]](https://pinkermoda.com/guia-normativa-europea-textil-moda-empresas/?utm_source=email&utm_medium=email&utm_campaign=[]))

Kontsumitzaileak trantsizio ekologikora ahalduntzeko 2024/825 zuzentaraua (EB). Greenwashingaren aurkako EBko lege berriak zuriak ekologikoa debekatu du, bai eta ehunezko 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>). Araudi nazionala egokitzeko azken fasea. Esan behar ez den hori hartzen du ardatz, bai eta engainua saihestea ere, eta kontsumitzen duenak erabakiak modu informatu eta jasangarrian hartu ahal izatea. Europako herrialde bakoitzak bere estatu-araua egin behar du 2026ko martxoaren 27a baino lehen, ezarri ahal izateko. Zehazki, 2026ko irailaren 27tik aurrera ezarri beharko da. Araudi nazionalaren egokitzapenaren azken fasea.

Green Claims zuzentaraua (UE) 2023/0085

Esan behar den hori hartzen du ardatz, hau da, etiketek fidagarriak izan behar dute. Kontsumitzaileak trantsizio ekologikora ahalduntzeari buruzko 2024/825 (EB) Zuzentaraua eta Green Claims (EB) 2023/0085 5. Zuzentaraua osagarriak dira. Gaur egun, GC zuzentaraua ez da onetsi, eta ez dago indarrean.

Baso-soiltzeari buruzko 2023/1115 EB Erregelamendua

Ehungintzak baso-soiltzea ez bultzatzea du ardatz. 2025eko ekainean sartu zen indarrean, baina gaur egun atzerapenak izan ditu aplikatzeko orduan; aurreikusi da 2026ko abenduaren 30ean enpresa handi eta ertainei aplikatuko zaiela. Mikroenpresa edo txikientzat 2027ko ekainaren 30etik aurrera izanen da (Iturria: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=celex%3A32023R1115&utm_source)

Hondakinak lekualdatzeko 2024/1157 (EB) Erregelamendua

Mugen kontrolean eta mugen bidez gertatzen diren hondakinen mugimenduetan dago ardaztua. Ehunak modu jasangarrian kudeatzeko gauza diren beste herrialde batzuetara soilik lekualdatzen ahalko dira. Erregelamendua jada indarrean dago, eta 2026a funtsezko urtea izan da, araudiaren xedapen gehienak maiatzaren 21z geroztik aplikatzeko. Inpaktuak ikusten ari dira arlo hauetan: prozesuen digitalizazioa, barne kontrola, legez kanpoko lekualdatzeei aurre egitea eta esportazioen murrizketak. (Iturria: <https://environment.ec.europa.eu/>).

2024/1760 (EB) Zuzentaraua, enpresek jasangarritasunaren arloan eman beharreko arreta egokiari buruzkoa

Ingurumenaren eta pertsonen gaineko inpaktu kaltegarriak ezabatzea du helburu. Urte hau funtsezkoa izan da araudi horretarako, 2026ko otsailaren 24an 2026/470 (EB) Zuzentaraura aldatu baita. Europako jasangarritasun araudiaren berrikuspenaren parte izan da, Omnibus I.ek bultzatua. 2026ko martxoaren 18an sartu zen indarrean (Iturria: https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2024/1760/oj/eng?utm_source).

2022/2464 (EB) Zuzentaraua, jasangarritasun korporatiboko txostenei buruzkoa

Enpresak koherenteak izatea du xede jasangarritasunari buruzko zabalkundea egiteko orduan, ingurumen, gizarte eta gobernagarritasun inpaktuak ardatz hartuta. 2024tik aplikatzen da mailaka. Gaur egun indarrean dago, eta aldaketak izan ditu 2026ko otsailaren 26an argitaratutako 2026/470 (EB) Zuzentarauan. Aldaketarik handiena enpresa handiei aplikatzeko aukera da, enpresa ertain eta txikiak kanpoan utzita

(Iturria: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ%3AL_202600470&utm_source)

REACH Erregelamendua (1907/2006 (EE) Erregelamendua eta ondorengo aldaketak)

Prozesu osoan substantzia kimikoen erabileraren segurtasuna bermatzea du helburu. Erregelamendua indarrean dago, baina,aldi berean, Europa mailan berrikusten ari da.

(EB) 2019/1021 Erregelamendua, kutsatzaile organiko iraunkorrei buruzkoa. Haren helburua da herritarren eta planetaren osasuna babestea, Kutsatzaile Organiko Iraunkorrak ezabatzea, eta substantzia horien isurpena ahalik eta gehien gutxitzea prozesu osoan, jantziaren bizitzaren hasieratik amaierara. Erregelamendua indarrean dago. Aldaketak eranskinetan daude, inpaktu kaltegarria duten substantziak gehiago mugatzeko. Esteka honetan, egungo legedi nagusiari buruzko informazio gehiago aurkituko duzu: <https://www.movemodaenmovimiento.com/legislacion>. Betetzen ez bada, milioi askoko isunak sor ditzake, eta ziurtagiriekin eguneratuta egon behar dute.

Honatx, bigarren eskuari buruzko lege-bultzadaren aurrean sortzen diren funtsezko galderak:

- Prest al dago Espainiako gizartea ehungintzaren gaineko kultura-aldaketa horretarako eta bigarren eskua aukera natural gisa kontsumitzeko? Espainian kontsumitzen ez dena, Europako beste herrialde batzuetara esportatu ahal izanen da?
- Ba al dago ehun-hondakina kudeatzeko eta harekin arropa berria egiteko industriarik? Gaur egun, arropa gehienak ehun-nahasketak dira, eta horrek asko zailtzen du birziklapena.
- Ba al dago moda diseinuko behar beste profesionalik ehun birziklatuekin lan egin nahi dutenak bigarren eskuko jantzi guztien kudeaketari erantzuteko?
- Ba al dago estatu-aurrekonturik hori guztia ezartzeko?

MODAES: La segunda mano en España argitalpenean zehazten denez, Frantzia berrerabiltzeko egokiak diren jantzien % 10 soilik salduko dira herrialdean bertan. Herrialde horrek abantaila handia darama kigintzaren hondakinen kudeaketa ezartzeko orduan. Era berean, Erresuma Batuan eta Herbehereetan sektoreko enpresa batzuek ohartarazten dute instalazioak kolapsatuko direla, iristen zaien arropa bolumena dela eta. Horregatik, berriro diogu gakoa arropen kontsumoa eta kalitatea murriztea dela, hau da, ekodiseinua.

Eurofins-en 2026ko maiatzaren 27ko argitalpen batean (asteazkena), Europa mailako araudia zehaztu eta eguneratu dute, beste xehetasun iturri bat ezagutu nahi bada ere. (Iturria: <https://www.eurofins.com/en/consumer-product-testing/softlines-hardlines/news-articles/apparel-regulations-overview-2026-care-label-safety-testing-and-sustainability/>)

Ehungintzak aurrera nola egiten duen erakusten duen adibide bat ere nabarmenduko dugu, eredu segurua, gardenago eta jasangarriagorantz. Argitalpenetik, hitzez hitz ekarri dugu hona Frantziako eta Danimarkako PFAS-en kasua (PFAS: substantzia perfluoroalokatuak eta polifluoroalokatuak)

Jantziei buruzko legeria nazional giltzarria Europan

PFAS-en gaineko murrizketak: Frantzia eta Danimarka

2026ko urtarrilaren 1etik aurrera, Frantziak PFAS-ak debekatu zituen ehunetan eta oinetakoetan, eta Danimarkak gauza bera egin zuen 2026ko uztailaren 1etik aurrera. Bi neurri horiek debekatu egiten dute PFAS-ak duten jantziak fabrikatzea, inportatzea eta saltzea eta, batez ere, ura uxatzeko eta orbanen kontrako tratamenduei eragiten die. Markek PFAS-en presentzia egiaztatu behar dute fluoruro organiko guztia aztertuz (TOF) eta PFAS-en analisi berariazkoen bidez.

Pinkermoda.com-en ere araudia izan dute aztergai:

[https://pinkermoda.com/guia-normativa-europea-textil-moda-empresas/?utm_source=email&utm_medium=email&utm_campaign=\[\["](https://pinkermoda.com/guia-normativa-europea-textil-moda-empresas/?utm_source=email&utm_medium=email&utm_campaign=[[)

Madre Corajek defendatzen du kontsumoa murriztea eta jantzi baten bizitza luzatzea dela funtsezko kontua; eta, aldi berean, ehun-hondakinaren kudeaketa lantzea, baina ez da deus aldatuko, bigarren es-

kua egungo ultra fast fashion erritmoan kontsumitzen jarraitzen badugu. Gaur egun, jantzi bat ez dago 2 urte baino gehiago gure armairuan. Baina nora ote doa arropa hori guztia? Hainbat helmuga daude, baina Accrako (Ghana) Kantamanto merkatua bigarren eskuko arroparen merkaturik handiena da munduan. (Iturria: <https://stopwastecolonialism.org/kantamanto-community/>).

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 eramanen den diseinatzeko den jantzia biziadiaz amaitzen zaionean, ekodiseinua (Pasaporte digitala), kontsumitzaileen babesa (2024/825 zuzentaraua (EB): Greenwashing), eta planeta eta herritarrik zaurgarrienak zaintzea (Slow Fashion Next).



Legedi guztia Espainiara ekartzen badugu, Europar Batasunak ehun jasangarri eta zirkularretarako darabilen estrategiatik edanzen 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 zuzentzaruari 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 ekono-miara ekartzeko; horretarako, denbora, pedagogia, hezkuntza eta giza zein finantza baliabideak be-har 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/e-commerce-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 (Ekoizlea-ren Erantzukizun Handiturako Sistema Kolektiboa). Elkarre bat da eta Espainiako ehun-hondakinak kudeatzeko eratu da. Elkartekide dira Decathlon, El Corte Inglés, H&M, IKEA, Inditex, Kiabi, Mango eta Tendam. Oraingoz, hondakinen kudeaketa borondatezkoa da eta errege dekretu baten zain dago, ustez 2026ko urtarrilean 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 gu-txiago erabiliz, eta iraunkorragoa izan behar du.
- Kontsumo-eredua aldatu behar zaie herritarrei: arropa gutxiago kontsumitzea.

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

Ehun-edukiontzira 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 iraunkorragoak eta birziklagarriagoak 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 eskari 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 aprobeixatu 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) gaingitu 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. Proposatu 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 teknikoa). 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, honda-

kinen 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, likida-
zioan... 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
eraginen 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 kon-
tuan; 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 gakoak da jasangarritasunerako eta ecommerce-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 di-
tuzu: <https://www.movilidadsostenible.com.es/entrega-sostenible/>. Egungo online kontsumo-sistema ez da jasan-
garria, jasangarria dela sinestarazi nahi badigute ere. Legeek ere online merkataritza arautu beharko lukete. Eska-
rien batasuna sustatzea proposatzen du, eta ez erosketak bakoitza eskari bat.

Gaur egun, ehungintzaz mintzo bagara, Greenwashing praktikaz ere hitz egin beharko dugu, **publizitate engaina-
garria** egiteko modu bat baita; bertan, marketin berdea erabiltzen da ingurumen erantzukizunaren gaineko **pert-
zepzio faltsu edo neurrigabeko bat sortzeko** (Comisión Europea, “Misleading green claims – what is greenwas-
hing?” (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/>.

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. INDUSTRIA, INNOVACION Y ASPECTOS	Inversión en investigación, diseño y desarrollo de materiales y tecnologías sostenibles
3. SAÚDE	Fábricas de la industria textil seguras e higiénicas	10. REDUCCIÓN DE LA DESIGUALDAD	Distribución equitativa de la riqueza para todas las personas del proceso
4. EDUCACIÓN	Educación transformadora para un consumo sostenible	11. CIUDADES Y COMUNIDADES	Potenciar el consumo crítico a través de iniciativas locales
5. EQUIDAD DE GÉNERO	Equidad de género para todas las personas trabajadoras	12. CONSUMO RESPONSABLE	Fomentar un consumo sostenible, eliminando la sobreproducción y el consumismo
6. AGUA LIMPIA Y ENERGÍA	Reducir el gasto del agua en la elaboración de la ropa	13. ACCIÓN CLIMÁTICA	Reducir la emisión de CO2 durante todo el proceso
7. ENERGÍA LIMPIA Y ACCIÓN CLIMÁTICA	Crear una industria textil basada en eficiencia energética	14. VIDA SUBMARINA	Acabar con la liberación de micro plásticos
		15. ECOSISTEMAS TERRESTRES	Respeto animal y del medioambiente
		16. PAZ, JUSTICIA Y FUERZA DE LEY	Promover y aplicar leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible
		17. ASOCIACIONES PARA EL DESARROLLO	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





Agenda 2030i begiratzeko 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 begiratzeko ari zaiola. Ehungintza Garapen Jasangarrirako 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.

Araudi hori guztiak eta Agenda 2030ek egiaztatzen dute instituzioek eta erakunde politikoek Ekonomia Zirkularrerantz 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 jasangarria du xede, gizartean eta planetan eragin onuragarria izanen duena, aberastasun eragilea, aberastasuna era ekitatiboan banatuta, eta fast fashionek sortzen duen desberdintasunaren aurka lan egiten 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 kaltegarriei 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, emaitza 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:

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.

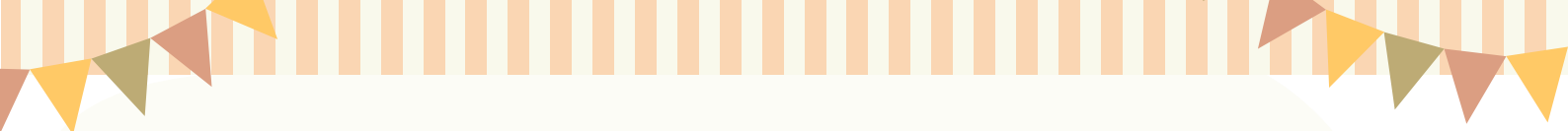
Biancak dio vintage moda gaur egun eskaintzen diren gainerako modetatik bereizten dela eta, horri esker, bestela jantziko zarela, jakinik gauza paregabea daramazula, jakinik aukeratzen duzun jantzi hori eskusiboa izanen dela eta nekez topatuko duzula horrelakorik. Eta, aldi berean, ingurumenaren aldeko 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 eksklusiboan gozatzea; aldi berean, beste mezu bat zabaldu 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 zabaltu 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
E-maila		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 iritzi, 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 berreskuratzeko, 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, haren babesa eta izozteetan laguntza ematea.

Hona hemen zer arlo lantzen ditugun Garapenerako Lankidetzako proiektuetan: kalitatezko hezkuntza eskuratzeko, ura eta saneamendua eskura izatea, osasun zerbitzuak eskura izatea, landa garapena, herritartasuna eta gobernagarritasuna, klima-aldaketa, landa ekonomia 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 harmonia 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 erantzuteko 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 bermatzeko jende guztia erantzuteko.

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 parteidea, 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 Mozambikeko 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 Kuria kalea, 25
VINTED		navarra38
Instagram		https://www.instagram.com/madrecorajepamplona_/
E-maila		navarra@madrecoraje.org

Dendaren gako mezua hauxe 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 elikaduran, janzkeran 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, beharreen 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 Mutiloako 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.

Paris 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 politikoei 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 eskualdaren aurka borrokatzeko Nafarroako Sarean (REAS), Fundazioan Elkartean, Enredarse erakundearen (gizarte erantzukizun korporatiboa lantzen duten enpresak); AZ elkarrekin 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/
E-maila		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 aurea 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.

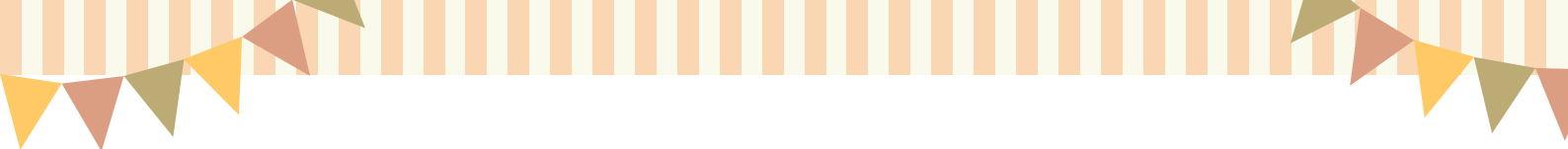
Jakinik kontsumismoak –inkontzientziak eta marka handiek bultzaturik– oso erritmo bizian erostera garamatzala eta, beraz, planetak jasan dezakeena baino gehiago kontsumitzera, Greenpeaceek hainbat arropa mota aztertu eta haietan alergiak sortzen dituzten substantzia toxikoak aurkitu ditu, hala nola kadmioa, 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.

ASOCIACIÓN ACCIÓN SOCIAL BETESDA NAVARRA:



Betesda elkarteak 2009an sortu zen, *Centro Cristiano Cristo el Camino* Eliza Ebanjelikoaren eskutik. Komunitate hori duela ia 25 urtetik hona finkatua dago Arrosadia auzoan. Proiektua auzoan bertan atzematen diren beharrei erantzuteko sortu da, zaurgarritasun egoerak dituzten pertsonen eta familiei laguntzeko. Pertsonen garapena bultzatzea du eginkizun, pertsona bakoitzari eta familiari aholkularitza espiritual eta soziala emanez. Pertsona horien autonomia indartzera eta erabateko integrazioa erraztera bideratutako proiektuak diseinatu eta gauzatzen ditugu, prebentzioan oinarrituta eta esku hartuta. Gainera, haien hazkunde pertsonalerako eta sozialerako beharrezkoak diren tresnak ematen ditugu.

Betesda izenak “erruki etxea” esan nahi du, eta, neurri handi batean, haren lana gidatzen duen espiritua laburbiltzen du: beharrik handiena dutenengana hurbiltzea eta laguntza eskaintzea, ez soilik premiazko beharren aurrean, baita prozesu pertsonal eta familiar konplexuagoetan ere.

Eliza da gaur egun elkartearen laguntza ekonomiko nagusia, jasotzen dituen dohaintzen % 80 inguru baita, arropategitik osorik bildutakoarekin batera. Ekarpen horiekin batera, partikularrenak eta bizilagunenak aipatu behar dira, elikagaiak, arropa edo beste produktu batzuk eramaten laguntzen baitute. Baliabide horien bitartez, Betesdak 4 programa garatzen ditu; besteak beste, familiei arreta pertsonalizatua ematea, elikagaiak hilero banatzea, arropategi solidarioa, adineko pertsonen laguntza (urrezko bizitzak) eta gaztelaniazko eskolak (*más que palabras*), nahiz eta azken hori pausaldian dagoen gaur egun.

Familientzako arreta da zerbitzu garrantzitsuenetako bat. Gaur egun, elkarteak ehun bat familia artatzen ditu, hilero elikagaiak banatuz. Helburua da oinarritzko elikagai sorta bat ematea, ahal den neurrian familia-unitate bakoitzaren tamainara egokituta. Elikagaien Bankuak ere laguntzen du, baina Betesdak dio Bankuaren ekarpenak osagarri bat direla, elkarteak bermatzen saiatzen baita familiek ahalik eta laguntza osoena jasotzea.

Arropategi Solidarioa, hain zuzen, familiei emandako arreta horretatik sortu zen. Elikagaiak biltzera joaten ziren pertsona askok ere janzkerarekin lotutako beharrak zituztela ikustean (batez ere, neguan), arropa biltzen hasi ziren Elizaren baitan. Hura ekimen txikia izan zen hasieran, baina hazten joan zen harik eta erabat errotu den arte, eta duela 3 urtetik hona dihardu. Dohaintzak ugaritu, eta proiektuaren ahoz aho izan zuten bizilagunengandik eta komunitateko pertsonengandik ere iristen hasi ziren. Arropategira iristen den arropa guztia berrikusi, hautatu, garbitu eta lisatu egiten da erabiltzaileen eskura jarri aurretik. Zapatak ere garbitu eta konponketa txikiak egiten dira, beharrezkoa denean, hala nola botoiak jartzea, kremaileak jostea edo jantziak konpontzea. Emateko moduan ez dagoen arropa Remar erakundera bideratzen da, jaso dezaten.

Arropategiaren helburua ez da soilik bigarren eskuko arropa saltzea, baizik eta laguntza eske joaten direnak duintzea, laguntzea eta errespetatzea. Premia daukanari laguntzea da haren lehentasuna. Izan ere, norbaitek ordaindu ezin duenean, gizarte langilearengana bideratzen dugu hark kasuan kasuko pertsonaren egoera jakin dezan, bere

egoera ezagutzeko eta behar duen arropa doan emateko. Iristen direnak egoera familiar, ekonomiko edo pertsonal oso zailetan egon daitezke, eta abiapuntua, haiei entzutea da, hori beharrezkoa baita. Elkarteak egoera bakoitza ezagutzen, orientatzen eta laguntzen saiatzen da, baita irizpide jakin batzuk betetzen ez direnean ere. Era berean, jakinarazten zaie zer aukera, ikastaro edo zerbitzutara jo dezaketen.

Nahi dutenentzat eta ekarpenen bat egin dezaketenentzat, prezioak sinbolikoak dira; normalean, euro bat edo bi. Dirua gastuak ordaintzeko erabiltzen da, bai eta familiei elikagai sorta emateko proiektua ezartzen jarraitzeko ere.

Lan egiteko modu horrek elkarrizketan etengabe agertzen den ideari erantzuten dio: laguntzeak jendea duintzea ere esan nahi du. Horregatik, espazioa garbi, txukun eta atsegin mantentzeko saiakera egiten da. Asmoa da sartzen denak ez sentitzea “edozer gauza” jasotzen ari dela premian dagoelako, baizik eta aukeratu ahal izatea, jantziak probatzea eta eroso sentitzea. Arreta hurbila eta pertsonalizatua da.

Arropategiaren hiru urteko ibilbidearen ondorioz, arduradunek ikasitako ikaspen nagusia da merezi duela zinez laguntzea eta jenderengan konfiantza izatea. Haientzat, proiektuaren benetako emaitza aurrera ateratzea lortzen dutenen istorioetan dago: lana aurkitzen duten pertsonak, etapa zail bat gainditzen duten familiak edo zerbitzua erabili ohi zutenak eta, denborarekin, itzultzen direnak elikagaiak edo arropa emateko, eta laguntzeko.

Lan hori egin ezina izanen litzateke boluntariorik gabe. Betesda-ko taldeak hogeita hamar bat ditu elkarrearen programetan parte hartzeko. Arropategian gutxi gorabehera hamarrek parte hartzen dute. Haien eginkizuna ez da soilik arropa antolatzea edo ematea, iristen direnei ere entzun eta haiekin hitz egiten dute eta, beharrezkoa denean, beste baliabide batzuetara bideratzen dituzte. Elkarrekin badaki askotan premia material baten atzean egoera pertsonal askoz konplexuagoa dagoela.

Laguntza ulertzeko modu hori oso lotua dago Betesda-ko taldearen fede kristauarekin. Haiek uste sendoa daukate, hots, Jaungoikoa pertsonen arduratzen dela eta une zailetan zubi lana egin dezaketela. Horregatik, uste dute beren lana ez dela soilik behar material bat konpontzea, baizik eta arimari lagun egitea eta itxaropena eskaintzea ere bai.

Honatx dendaren funtsezko mezua: egoera zaurgarrian dauden jendearen bizitza duintzea, laguntzea, aintzat hartzea eta eraldatzea, entzumenetik, hurbiltasunetik, konfiantzatik eta errespetutik abiatuta.

Markaren hedapena honakoen bidez egiten dute:

Kokapena		Juan María Guelbenzu kalea, 28 – 26, beheak – Iruñea (CP 31005)
Instagram		@ropero.solidario
E-maila		coordinacion@accionsocialbetesda.es

UNA COSA



Sormenak, tokiko merkataritzak eta moda zein irakurketa zaletasunak bultzaturik sortua da gune hau.

Una Cosa proiektua 2025ean bultzatu zuen Belén Aguirrek (Tafallan jaioa), gune berezi bat sortu nahi izan zuelako bere zaletasun nagusietako batzuk uztartzeko: moda, irakurketa, kultura eta sorkuntza.

Proiektuaren jatorria oso lotua dago Tafallarekin, bai eta tokiko merkataritza dinamizatzeko modu berriak sortzeko beharrarekin ere. Belenek ikusten zuen herrian bazirela hainbat ekimen eta proiektu garatzen zituzten pertsona asko, baina beren aretorik edota gune egonkorrik ez zutenez, zaila zela elkarren artean ezagutzea eta egiazko elkar-lan sarea sortzea. Gauzak horrela, dinamizazio eta topaketa ekimenak sortu ziren denda txikien, profesionalen eta gauzak egiten dituztenen artean, gauzak trukatzeko eta herrian egiten ari zen hura guztia ikusarazteko.

Bada, hainbat ekimen eta arlo bateratzeko ideia horretan datza *Una Cosaren* sustraia. Belének jarduera bat baino gehiago egiteko moduko gune bat sortu nahi zuen, hainbat proposamen mota burutzeko modukoa, “gauzak gertatzeko” modukoa.

Bere ibilbide profesionalari dagokionez, hainbat arlotan aritu da. Makillatzaile profesionala izateko prestakuntza jaso, eta modarekin, komunikazioarekin eta kulturarekin lotutako lanak egin ditu. Europako hainbat lekutan bizi eta lan egin du; besteak beste, Bartzelonan. Ondoren, hainbat urtez, Tafallako liburu-denda batean lan egin zuen, eta esperientzia horri esker ohartu zen gozatu ere egiten zuela giza harremanaz, publikoari arreta emateaz eta liburu-denden munduaz.

Bada, esperientzia horiek eta bere bi zaletasun handiak baturik (moda eta liburuak) *Una Cosa* sortu zen. Proiektua gaur egun Iruñean gauzatu du, hiru gauza uztartuta: liburu-denda independentea, vintage moda eta bigarren eskuko arropa, baina eginkizun komertzialaz haratago jo nahi du. Bertan ere bestelakoak egiten baitira, hala nola arte eta argazki kontuak, erakusketak eta beste kultur proposamen batzuk.

Bigarren eskuak leku garrantzitsua du proposamenaren barnean. Belének vintage moda kontsumitu ohi du eta, berarentzat, arropa aukeratzea bilaketa eta aurkikuntza prozesu bat da. Ez du arropa erabilia soilik saldu nahi, historia duten jantzi bereziak eta desberdinak baizik.

Alde horretatik, *Una Cosak* bestela ulertzen du bigarren eskuko merkataritza, eta horretan dihardu: hau da, jantzien eta objektuen aukeraketan, sormenean eta balioan oinarrituta, bigarren eskua alternatiba ekonomiko hutsa delako ideiatik urrunduta.

Proiektuaren beste funtsezko osagaietako bat dimentsio komunitarioa da. Belenentzat, *Una Cosa* ez da denda hutsa, leku irekia baizik, hau da, pertsona, diziplina eta proposamen desberdinen arteko topalekua. Bere asmoa da dendan kultur jarduerak, topaketak, erakusketak, musika saioak edo beste ekimen batzuk egitea, sormenerako eta kultura maite dutenendako topagunea izate aldera.

Beraz, proiektua Belenen ibilbide pertsonalari oso lotua dagoen ideiatik abiatu da: lanbide edo jarduera bakar batean ez jardutea, baizik eta leku berean interes eta gaitasun desberdinak biltzea. *Una Cosa* diziplinen nahasketan, lankidetzan eta komunitategintzan oinarritutako ekintzailetza modu bat da, merkataritza abiapuntu gisa erabiliz kultura, topaketak eta aukera berriak ere sortzeko.

Belének, halaber, nabarmentzen du zenbat zailtasun dauden denda txiki bat sortzeko eta abian jartzeko. Bere esperientzian oinarrituta, uste du izapideek, baldintzek eta eskura dauden laguntzek ez dutela beti prozesua errazten eta, askotan, denda txiki bat sortu nahi izateak oztopo ugari aurre egitea dakarrela. Pertzepzio horrek agerian jartzen du are babes eta laguntza hobeagoa eman behar zaiela proiektu txikiei eta tokiko merkataritzako ekimen berriei.

Hona hemen, dendaren funtsezko mezua: gauzak nahasteko eta gertarazteko borondatea. Espazio berean moda, liburuak, kultura eta bertara hurbiltzera animatzen denaren jakin-mina elkartzea, saltokia ez baita erosteko eta saltzeko leku hutsa, topagunea baizik. Ekiteko modu bat da, Belenek gustuko dituen eta eragingarri zaizkion gauzetatik abiatuta, ideia, proiektu eta pertsona berrientzat irekitako gune bat sortuta. Izan ere, funtsean, *Una Cosa* horixe da, hain zuzen ere: gauza asko gerta daitezkeen leku bat.

Markaren hedapena honakoen bidez egiten dute:

Salmenta fisikoa		Erriberri kalea, 18. 31004 Iruñea. Nafarroa
Online salmenta		https://unacosa.es/
Instagram		https://www.instagram.com/unacosaesunacosa_es?igsi=MXRzNGNwcTdZXB5OQ==
E-maila		es.unacosapamplona@gmail.com

CURIOSITI

CURIOSITI

Dena duela 4 urte hasi zen, maitasunak bultzaturik, bai.

Joseba (jaiotzez bilbotarra) duela 4 urte kokatu zen Iruñean, maitasunak hona ekarririk, eta beti egin izan duena hasi zen egiten. Arrazoi hori dela medio, Curiosity denda ireki zuen Iruñeko alde zaharrean. Duela urte asko, izen bereko denda bat izan zuen online, antzinako jostailuak saltzeko, eta horrelako gauzen eskaintzak halako ikusmina sortzen zuen. Bada dendari hortik heldu zaio izena.

Beti ibili da berrerabilpenari eta birziklapenari lotuta, hainbat negozioren bidez, bata Castro Urdialesen eta bestea Bilbon, objektu zaharrak edo bigarren eskuko arropa saltzeko. Korridore moldeko denda honek 5.000 elementu baino gehiago ditu, eta guztiek zeharkatzen zaituzte bigarren eskuko mundu oparo honetan sartzen zarenean. Denda txikia da, baina istorio asko ditu jantzien, bitxien eta bestelako salgaien bidez, 3 eurotik hasita.

Negozio hau bat dator erabat Josebarekin, eta egunero gustatzen zaio pertsiana altxatzea, nahiz eta erronka eta desafiorik handienak baimen eta tramite burokratikoak diren, hori ez baita kontu erraza. Hasi zenean, a ze uste-kabea, 8 aldiz jaso zuen isuna, lehen hilabeteen arropa eta salgaiak deskargatzeko furgonetarekin sartzeagatik, bere negozioa abian jarri ahal izateko. Josebak ez zekien baimena eskatu behar zuenik alde zaharrean sartzeko, eta guztiak batera iritsi zitzaizkion, aldeztu aurretik abisatu gabe. Ordaindu behar izan zuen aurrera egin ahal izateko. BEZaren inguruko aldarria ere egiten du, zergek bigarren eskuko edozein negozio itotzen dute, hau da, bigarren eskuko jantziek % 21 ordaintzen dute, dagoeneko hori ordaindua dutenean. Negozio hau bere idealekin dago lotua-goia errentagarritasunarekin baino; denda berriak irekitzen jarraitu nahiko luke, baina inbertsio iturri berriekin egin beharra ikusten du.

Bada kezka eragiten dion beste gai bat; hain zuzen ere, denda jartzera bultzatu duen kontu bat, hots, zenbat arropa ikusten den edukiontzietan eta, era berean, zenbat arropa erosi baina ez den erabiltzen; jantzi horiek etiketarekin iristen zaizkio, beste erabilera bat izanen dute eta ez dira zabortegira joanen. Hori guztia alferreko xahuketa iruditzen zaio eta bideratu egin daiteke, berak egiten duen bezala. Dohaintza horiek ezagutzen dituenengandik eta ezagutzen ez dituenengandik iristen zaizkio; beste jantzi edo gauza batzuk, berriz, erosten ditu. Aukeraketa dendan egiten da. Dena garbitu eta desinfektatzen da. Denda honetan denetarik aurkituko duzu eta, beraz, onena hartan sartzea eta Josebari berari galdetzea da, zer behar duzun, edota bestela. kuxkuxeatzen ibili gauza bereziren batez maitemintzeko. Arropa, oinetakoak, bitxiak, betaurrekoak... dena nahastuta dago eta horrela jartzen da ikusgai bezeroentzat; kontzeptu hori gustatzen zaio eta funtzionatzen du. Dendan irteerarik ez duen guztia edukiontzietan uzten du; lehenago, kremailerak kentzen dizkio bere negozioan erabili ahal izateko.

Batez ere auzoko jendea etortzen da erostera, berehalako beharra duena, eta, halaber, antzerkiko jantziatarako pizten du interesa. Gehiago saltzen die emakumeei gizonei baino, eta adin-tartea 40 urtera artekoa da. Salmentak handiagoak dira neguan. Bezeroen artean, turismoa ez da negozio honetan nabarmentzen.

Josebak berrerabilpenaren eta birziklapenaren aldeko apustua egiten du, hori bere bizimolderen oinarria baita, eta bere lan bizitzan ere aplikatzen du dendaren bidez. Berak bakarrik gobernatzen du denda. Urte hauetan guztietan, bilakaera bat ikusi du gizartean bigarren eskua onartzeko orduan. Gaur egun jendeak lehen adinako aurreiritzirik gabe kontsumitzen du, azkenean konturatzen ari baita etiketak ez duela esan nahi arropa hori hobe denik.

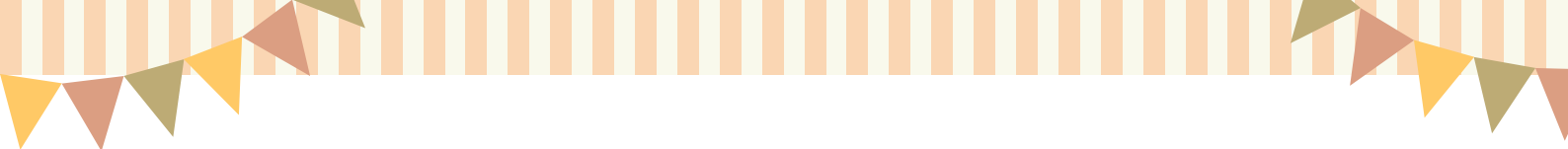
Sare sozialetan ez dabil, gaur egun ez duelako beharrezkoa ikusten.

Ezagutu moda eta osagarri paregabeak, dena estiloz, jarreraz eta kontzientziaz txukun antolatua. Curiositin, bigarren eskuko arropa eta oinetakoak aurkituko dituzu, den-dena egoera ezin hobean, baita osagarriak eta altxor txikiak ere, harritzeko modukoak.

Honatx dendaren mezu nagusia: Gogoeta egitea arroparen kontsumo neurrigabeaz, zaborretara baitoa. Onartezina da edukiontziak bigarren eskuko aukera izan dezaketen arropaz eta produktuz gainezka egotea.

Markaren hedapena honakoen bidez egiten dute:

Salmenta fisikoa		San Anton kalea, 57, 31001 Iruñea, Nafarroa
Online salmenta		https://curiositi.eu/
Telefonia		634 45 09 57



TITARE

TITARE

Isabelekin hitzordua jartzea elkarrizketa atsegin, sakon eta interesgarria izaten da; beti da ikasbide eta gozagarria. Denborak hegan egiten baitu harekin tarte bat hizketan aritzen zaren bitartean.

Proiektua uste sendoak, errealismoak eta erabakigarritasunak bultzaturik sortua da. Batetik, Isabelek zalantzan jartzen du ehungintzan eta birziklapenean diren soberakin izugarriak. Aspaldi-aspaldian darabil kezka hori buruan, modaren industriarekin lotutako aurreko lan batzuetan bizi izan duena. Bestetik, azterlan sakona, tailer berri hau errentagarria izan dadin eta duintasunez bizi ahal izateko aukera eman diezaion. Bada, bi gauza horiekin batera, denbora, ahalegina, gaitasuna, lana, ilusioa eta biren arteko erabakia aipatu behar dira. Horri guztiorri esker, duela urtebete, TITAREk ateak ireki eta proiektu berri hau abiarazi zuen, originala benetan, ezagutzaz betea eta sormen handian blaitua. Auzoaren topalekua izan nahi du, zehazki Arrotxapean, hantxe baitago. Urte honetan, Isabelek belaunaldien arteko lotura eta bizikidetzatza bizitzeko aukera izan du, eta energia handia sortu da, bere tailerreko horretan blaitua gelditu dena.

Isabelek ikus-entzunezko ikasketak egin ditu UNAVen, eta modarekin eta artearekin lotuta ikusten du dena; artista familia batetik dator, pinturak lekua handia izan du etxean, eta amatxi, gainera, jostuna zen. Gaur egun, amatxiren jantzi asko daramatza gainean; jantzi bakoitzaren esanahiak balio handia du berarentzat. Beti izan du modarekiko kezka, eta prestakuntzari eskaini dio denbora; bizitzako une batzuetan, bere erritmoan gehiago, beti egon baita lotuta bere jantzien kustomizazioarekin. Gainera, TITARE ireki aurreko epealdiaren amaieran, prestakuntza berezia goak egin ditu, jauzia egin ahal izateko eta joskintzako eta diseinuko hezitzailea izateko. Halaber, Iruñea Ekintzaile prestakuntza egin zuen.

Gimnasiak erabateko eragina izan du hasieratik harengan, berak margotu eta diseinatzen baitzituen gero lehia jantzen zituzten arropa elastikoak. Ber proiekturik pertsonalenera ekin baino lehen, Iruñeko tailer batean bi urtez lan egiteko aukera sortu zitzaion; han asko ikasi zuen eta bere arrastoa utzi zuen birziklapenean eta berrabilpenean. Tailer txiki hartan, beharrezkoak ziren eginkizun guztiak bete zituen: diseinua, jantzigintza, apainketa...

Jantzietan dagoen soberakin izugarria ikusteak gogoeta handia eragin zion, harik eta hausnarketa hartatik gaur egungo TITARE sortu arte. Argi izan du beti bere premisa, hots, ez zuen inola ere soberakin gehiago eragin nahi, eta nola berreskuratu soberakin hori guztia eman bigarren bizialdia emateko. Bere ustez, garrantzitsua da pertsonak jakitea jantziek aukera asko dituztela, eta, trebatuz gero, arropa berriak sor ditzakegula dauzkagun jantziak erabiliz.

Zer da TITARE? Ideien laborategia, moda sortzeko modu berriak ikertzeko eta partekatzeko, gizartean eta ingurumenean inpaktu onuragarria eraginda.

1. Joskintzako tailerrak: batez beste, 60 lagunentzako prestakuntza da, gehienak neskak edo emakumeak. Helburua da edonork josten ikasi ahal izatea eta ez pentsatzea dena goi mailako joskintza dela. Tailerrean parte hartzen duenak ikasiko du zenbat denbora, ahalegin eta ezagutzatza behar den jantzi bat eraldatzeko; jantzien balioa eta prezioa ere eraldatzen dira. Soberakinak

nola berreskuratu, tindu naturalak, ikerketa eta beste lantzen dira. Tailerretan, kontzientziazio lana egiten da jantzi bat sortzearen balioaz eta denboraz. Norberaren jantziak konpontzen ere ikasten da. Isabelentzat, ezagutza oso garrantzitsua da, pertsona guztiok uste duguna baino gehiago dakigu; batzuetan, bultzada txiki hori falta zaigu ikasten jarraitzeko. Tailerretan izena ematen duten pertsona gehienak emakumeak eta adin tarte desberdinetakoak dira.

2. TITARE arropa marka: upcycling-aren bidez, lehenik, soberakin gisa gelditzen diren eta erraustera edo zabortegira eramanen dituzten lan-jantziak deseraikitzen dira eta, ondoren, berreraikitzen. Arropa eta osagarrien marka hori online saltzen du. Badira arropa guztiz berriak, eta beste arropa batzuetan, berriz, sumatzen da zer izan zen jantzi hori lehenago. Horretarako, soberakin kopuru handiak eskuratzen ditu.

3. Oihaletan dituzten soberakinen gaineko alternatibak enpresetarako, soberakin hori enpresan bertan berriro zirkulazioan jartzeko.

Isabelek gogoeta handia egiten du ehun soberakinaz, baina, aldi beran, argi dauka aldaketa ekoizpenean bertan hasi behar dela, soberakina murriztuko bada; bestela, soberakina tonaka eta tonaka izaten jarraituko dugu. Produktu baten trazabilitatea garrantzitsua da eta guztiz agerian utziko ditu beren jantzien prozesuan –diseinutik bizialdiaren amaiera arte– alde iluna duten markak. Eta, halaber, lantokietan duintasunez aritzea aldarrikatzen du, izan Iruñean, izan Txinan, hau da, jende guztiak soldata duina izan behar du.

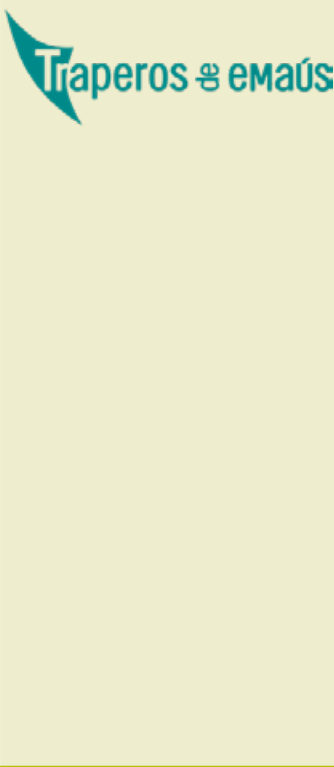
Ingurumen jasangarritasuna berez dago proiektu honetan txertatua, egunez egun bere ekintza guztien garapenean eragilea baita. Laborategi berritzaileak zirkulartasuna du oinarri, eta ikerketa funtsezkoa da soberakinaren aurrean alternatiba berriak garatzen jarraitu ahal izateko. Eta soberakin minimoaren lelo hori bere moda-markan ere aplikatzen du, saiatzeko baita soberakin berririk ez sortzen; soberakina tailerretan, jantzi berrietan edo ikerketarako berrerabiltzen du. Ehungintzako soldaten duintasunak ere kezka handia eragiten dio.

Titareren funtsezko mezua da eraikitzea eta auzoari ekarpenak egitea, belaunaldien arteko topaketa sortzen duen gune fisiko baten bidez; eta ehungintzako ekoizpena murriztearen aldeko apustua egiten du, hainbesteko soberakina ez sortzeko. Isabelek gaitasun handia du ehungintzako soberakinean aukera berriak ikusteko

Markaren hedapena honakoen bidez egiten dute:

Salmenta fisikoa		Maiteminduen Parkea, 4, 31014 Arrotxapea. Iruñea
Online salmenta		https://titare.eus/
Instagram		https://www.instagram.com/_titare_/
E-maila		info@titare.eus
Telefonia		687 043 275

OTRAS INICIATIVAS:

Baúl de la Patty		Buenaventura Íñiguez k., 16.  elbauldelapatty
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. MODA BIRSORTZAILEA: JANTZIAREN BIDEZ, ERALDATU

Jasangarritasun terminoa, hau da, etorkizuneko belaunaldiak arriskuan jarri gabe egungo beharrak asetzeko erantzuna, ez da nahikoa gaur egun, planetaren mugek ez baitute jada tarterik etorkizunaren zain egoteko, planetak ematen diguna baino gehiago eta neurrigabe ekoizten eta kontsumitzen ari garen honetan. Zenbat eta gehiago hitz egin jasangarritasunaz, orduan eta jasangaitzagoa da bizi garen mundua, eta are jasangaitzagoa kontsumitzen dugun moda, planeta, komunitate eta ekonomiaren lotura hirukoitzetik.

Jasangarritasunak eustearen aldeko apustua egiten du, baina jada ezin diogu eutsi ehungintzan oinarritutako egungo sistemari; izan ere, eragin kaltegarria jasanezina sortzen du bai ekoizpenean, bai kontsumitzeko orduan, bai haren bizitzaren amaieran. Pentsamendu ildo batek, bai eta gero eta legedi gehiagok ere, dela Europakoak eta, ondorioz, dela estatu kide bakoitzekoak, norabide argia markatzen dute industria jasangarriago, gardenago eta bidezkoago baterantz. Esan dezakegu araudi bat dagoela prozesuan eta garapenean, hasieratik birsortzearen aldeko apustua egiten duena, arreta fokua ekodiseinuan jarritz, horrek eragin onuragarria izanen baitu planetan, jendearengan eta ekonomian, edo horixe du helburu. Etorkizunean, eta perspektiba handiagoarekin, ikusiko dugu helburu hori bete den edo itxurakeria hutsa izan zen.

Birsortzea jasangarritasunarekin dago lotua, norabide berean hitz egiten dugu, baina ez da gauza bera.

Jasangarritasunak eragin kaltegarriaren murrizketan jartzen du arreta, ingurumen aztarna minimizatuz, lan baldintzak hobetuz eta giza eskubideak zainduz, eta huraxe definitzen duten hiru ikuspegien arteko oreka sustatuz (pertsonak, planeta eta ekonomia).

Birsortzea urrats bat haratago doa, eta eragin onuragarria sortzea du helburu, ekosistemak leheneratuz, biodibertsitatea lehengoratzuz, ekonomia zirkularrak bultzatuz; eta modak ekosistema naturalean eta komunitatean ekarpena eginez, hori guztia errespetuz eta modu orekatuan. Denak zentzua izan dezan eta koherentea izan dadin, murrizketan jarri behar dugu arreta, bestela denak eragin kaltegarria izaten jarraituko du, baina ildo ideologiko berriekin.

Birsortzearen apustua da lurrari mantenugaiak itzultzea, lurzoruen osasuna hobetzea, lurzoruetatik eta animalien bidez karbonoa harrapatzea, urak garbitzea, biodibertsitatea sustatzea, komunitatea harreman horren barnean ulertzea eta orekatzea, modaren bidez eragin onuragarria sortzeko. Lurralde-antolamendua funtsezkoa da ekitate sozialarekin batera joan behar duen birsorkuntza ekologikoa lortzeko.



Sektore, enpresa, lurralde eta komunitateen artean elkarrekin jardutea funtsezkoa da industria birsortzeko eta ekosisteman eragin onuragarriak sortzeko, pertsonak eta planeta orekatuz. Gizarte gisa, ehungintzaren eragin kaltegarriak zalantzan jartzea hasiera ona da huraxe eraldatzeko. Beharrezkoa zaigu paradigma aldatzea modaren ekoizpenarekin, kontsumoarekin eta bizitzaren amaierarekin dugun harremanaz.

7. ITURRI ZERRENDA

5 ejemplos de moda regenerativa

La pregunta ya no es cómo hacer una moda más sostenible, sino cómo transformar el modelo para generar un impacto positivo. La moda regenerativa demuestra que sí es posible.

<https://ethic.es/cinco-ejemplos-moda-regenerativa>

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>

Cómo tener un armario sostenible

<https://www.meer.com/es/72671-como-tener-un-armario-sostenible>

Ellen Macarthur Foundation [2017]. A new textiles economy: redesigning fashion's future.

https://content.ellenmacarthurfoundation.org/m/6d5071bb8a5f05a2/original/A-New-Textiles-Economy-Re-designing-fashions-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>

Moda sostenible: tejidos que regeneran el planeta

<https://www.meer.com/es/104095-moda-sostenible-tejidos-que-regeneran-el-planeta>

<https://www.industriaquimica.es/noticias/20260214/reju-anuncia-su-nueva-planta-regeneracion-textil-en-francia>

<https://www.industriaquimica.es/noticias/20260214/reju-anuncia-su-nueva-planta-regeneracion-textil-en-francia>

Moda inclusiva: rompiendo barreras

<https://www.meer.com/es/92518-moda-inclusiva-rompiendo-barreras>

Moda regenerativa para ayudar al planeta

<https://ecointelligentgrowth.net/es/moda-regenerativa-para-ayudar-al-planeta/>



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-concentra-cion-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>

¿Qué es la moda regenerativa? Cuando ser sostenible ya no es suficiente

<https://fashionunited.es/noticias/retail/que-es-la-moda-regenerativa-cuando-ser-sostenible-ya-no-es-suficiente/2024051743212>

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/>

Regeneración: la acción acertada de la moda sostenible

<https://slowfashionnext.com/blog/regeneracion-accion-acertada-moda-sostenible/>

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.

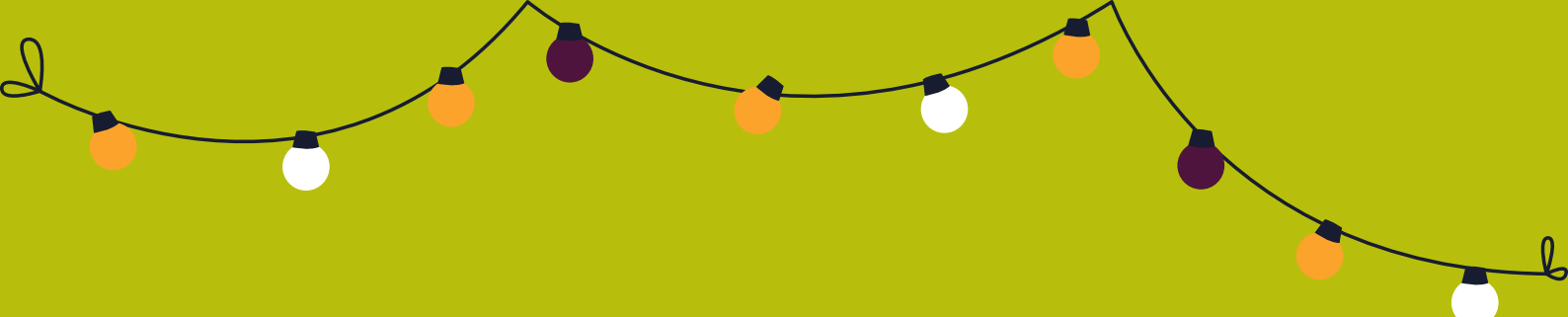
<https://www.youtube.com/watch?v=q800IC08ee4>

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. 31005 Pamplona-Iruña (Nafarroa) |
T. 948 233 289 | navarra@madrecoraje.org

Kuria kalea, 25. 31001 Pamplona-Iruña (Nafarroa) |
T. 948 23 32 89 | navarra@madrecoraje.org

www.madrecoraje.org

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

