



Fotografije Terra plana

Ekološko ozaveščena obutev

Trajnostni scenarij angleške Terra plana

TINA LEŠNIČAR

dnjih generacij. S to sicer staro modrostjo so se na novo začeli ubadati naravovarstveniki, ekonomisti in sociologi, kmalu pa jo je ponotranjila tudi modna in obutvena industrija. Ali so se modni oblikovalci začeli do okolja obnašati odgovorno zaradi lastnih prepričanj ali zaradi potrošnikovih želja, je konec koncev vseeno. Pomembno je, da se stvari razvijajo v pravo smer.

Sledenje komercialnim smernicam, ki postavljajo kriterije *kdo je in in kdo out*, danes ni dovolj. Če si trendi, pomeni, da se zavedaš globalnih naravovarstvenih tendenc in perečih družbenih problemov. Pričakuje se, da dosledni modni poznavalci in modni kreatorji do svojega predmeta zavzamejo bolj filozofski pristop. Družbena etika in potrošništvo sta bila do nedavnega izključujoča pojma. Zdaj paradirata z roko v roki. V tem pogledu trajnostne strategije ne ogrožajo obstanka kapitalistično usmerjene modne industrije. Delni razlog za to je tudi dejstvo, da velja ozaveščenost za zdaj še za razkošje in tovrstni izdelki sodijo v višji cenovni razred. Ozaveščeni modni oblikovalci že nekaj let uresničujejo svoje vizije z uporabo tehnoloških inovacij v okolju, družbi in človeku prijaznih okvirih. Da del svojega dobička namenjaajo v dobredelne namene, že dolgo ne zadošča več.

Nekateri kreatorji oblek in obutve so zavzeli holistični pristop. Za neoporečnost svojih izdelkov skrbijo od proizvodnje do prodaje. Produkti, izdelani iz še tako okolju prijaznih materialov, proizvedeni v deželah tretjega sveta ob izkoriščanju poceni delovne sile in v trgovini in v trgovini s hektolitri porabljenega kerozina, zgrešijo svoj namen. Zato se ekoizdelki osredotočajo na lokalne materiale in tako zmanjšujejo stroške transporta. Zmanjšujejo tudi uporabo odpadnih in škodljivih snovi, ki so primerni za reciklažo, in bioloških tkaninah, kot je na primer bombaž, ki ne vsebuje pesticidov, ali tkaninah, pridelanih iz rastlin, ki niso genetsko modificirane.

Izdelava čevljev je ena od okolju bolj škodljivih vej modne industrije, saj porabi ve-

liko energije in proizvede precej strupenih odpadnih materialov.

Zato se proizvajalci obutve vedno rešitvam.

Za izdelavo podplatov uporabljajo surovi lateks, ki priteka naravnost iz »jokavih« dreves kavčukovca, namesto strupenega lepila, ki je škodljiv tudi za delavce v tovarnah, pa jim za vezivo rabi lepljiva snov, izdelana na vodni podlagi. A le tam, kjer je to najbolj potrebno; prav tako solidno lahko namreč delo opravi tudi stari šivanka in nit. Vedno bolj priljubljeno je z rastlinskimi barvami obarvano usnje, ki je alternativa kromiranim barvam. Zaščitni znak vseh ekološko ozaveščenih čevljev je tudi tako imenovano e-usnje, mešanica usnja in tekstilnih vlaken. Ena od nezanimljivih komponent ekodizajna pa je tudi izdelava čim lažje obutve, ki ni prijazna samo do uporabnika, temveč pri-

speva tudi k manjši porabi energije pri transportu.

Za zdaj o kakšni reformistični socialni odgovornosti na korporativni ravni še ne moremo govoriti. Čeprav nekatera velika podjetja že pošiljajo na trg posamezne trajnostne izdelke, ekočevlji ostajajo predvsem domena manjših modnih kreatorjev. Ti, drugače od svojih velikih bratov, po okolju prijaznih standardih usmerjajo vso svojo proizvodnjo. Eno takih podjetij je angleška Terra plana, ki zdaj prihaja tudi v Slovenijo. Ekološko ozaveščena znamka čevljev je pod taktirko Galahada Clarka poskrbela, da tudi okoljevarstveniki stopajo po svetu s stilom. Njihovi čevlji se držijo vseh prej omenjenih ekoloških zapovedi. Njihovo kolekcijo Worn again je britanski dnevnik The Independent leta 2006 celo razglasil za najboljši ekoizdelek. Leto pozneje pa je Terra plano nagradil še Guardian in ji pripisal naslov izdelovalca najbolj etičnih modnih izdelkov 2007. Clark, znan po tem, da pazljivo izbira svoje sodelavce iz vrst priznanih oblikovalcev in celo arhitektov – vzporedno s Terra plano je z nizozemskim arhitektom Remom D. Koolhaasom ustanovil znamko obutve United Nude –, svoje podjetje vodi po trajnostnem scenariju. Z željo, ustvariti 100-odstotno ekološko neoporečno obuvanje, je

v sodelovanju z organizacijo družbenega osveščanja AntiApathy zasnoval nagradno kolekcijo Worn again, ki je v 99-odstotkih narejena iz recikliranih materialov; starih padal, majic, usnjenih sedežev, kavbojk, platišč koles in motorjev, odsluženi čevljev, starih vojaških jaken, kavčnih vrečk in varnostnih pasov. Seveda lahko ponošene čevlje v celoti spet recikliramo. Za škodo, ki jo je povzročil med proizvodnjo, pa se je oddolžil z donacijo podjetju Climate Care, ki financira trajnostne energetske projekte v državah tretjega sveta. Galahad Clark se je svojega modnega manifesta lotil resno, zato ni spregledal niti komponente udobja in zdravja. Pri kolekciji Vivobarefoot je sodeloval z zdravstvenimi ustanovami, ki so mu pomagale razviti revolucionaren koncept čevlja: z zelo tankim podplatom, ki omogoča naravno hojo in je hkrati odporen na udarce. Tako rekoč bosonogi krepimo mišice v nogah, izboljšujemo telesno držo in stimuliramo vseh 200.000 in več živčnih končičev, ki jih premore človeški podplat. Oblikovalec Matthew Harrison pa je presegal tradicijo japonk in po dveh letih testiranja pod okriljem podjetja Terra plana predstavil revolucionaren natikač – Dopie, ki pri modnih »frikih«, minimalistih, nudistih predvsem pa ekoloških ozaveščencih že postaja poletni hit. ●

Trajnostni

sistemi so v modi. Ali drugače, moda se je začela ravnati po načelu trajnosti. To seveda ne pomeni, da nas bodo naše obleke odselej preživele. Trajnost je koncept, ki se je izoblikoval v zadnjih desetletjih zaskrbjenosti za okolje ob neustavljivem usihanju naravnih virov. Pojavilo se je vprašanje, kako zadovoljiti svoje potrebe v sedanosti, ne da bi kompromitirali potrebe priho-



Dopie