



Green Fashion

GIPUZKOA KLUSTERRA

GIPUZKOAKO MODA IRAUNKORREKO KLUSTERRA
CLÚSTER GUIPUZCOANO DE MODA SOSTENIBLE



ORAIN
INGURUMENA





Gipuzkoako industria-ehunak enpresa txikiz eta ertainez osatutako ekosistema dauka. Enpresa horiek aitzindari dira moda iraunkorraren eta birziklapenaren arloetan. Horren eraginez, gurea eredu zirkular baterantz aurrera egiten jarraitzeko gaitasuna duen lurralde bihurtzen ari da. Eredu horrek kontzeptu-aldaketa bat ekarri du, non produktu baten bizitzaren amaierak hurrengo produktua fabrikatzeko balio duen.

Berrerabileran eta hondakinen prebentzioan irabazi asmorik gabeko fundazioen eta elkarteen lanarekin batera, hiritarrek kontsumo arduratsua eta adeitsua burutzeko egiten duten ahaleginek, eta kontzientziazioaren eta soziabilizazioaren sustapenak eredu ekonomiko berri honen sorrera ekarri dute. Eta agente hauetako bakoitzaren laguntzari eta konpromisoari esker, norabide horretatik eramango gaituzten bideak sustatzen eta aukeratzen jarraituko dugu.

Katalogo honek erakusten du beste moda mota bat egitea posible dela, ingurumenaren errespetuan eta iraunkortasunean oinarritutako moda. Paradigma zirkular berri baterantz joan behar duen kate baten zati garen guztion soziabilizazioan sakontzeko sortutako argitalpena.

El tejido empresarial de Gipuzkoa cuenta con un ecosistema conformado por pequeñas y medianas empresas, pioneras en materia de moda sostenible y reciclaje, que hacen de nuestro territorio un lugar con la capacidad para seguir avanzando hacia un modelo circular. Un modelo que supone un cambio de concepto en el que el final de vida de un producto sirve para fabricar el siguiente.

El esfuerzo de la ciudadanía por llevar a cabo un consumo consciente y respetuoso, el fomento de la concienciación y sociabilización, junto con la labor de fundaciones y asociaciones sin ánimo de lucro en la reutilización y prevención de residuos hacen posible el nacimiento de este nuevo modelo económico. Y gracias a la colaboración y el compromiso de cada uno de estos agentes continuaremos impulsando y tomando rutas de guía en esa dirección.

El presente catálogo pone sobre la mesa la realidad de que es posible realizar otro tipo de moda, basada en la sostenibilidad y el respeto medioambiental. Una publicación concebida para ahondar en la sociabilización de todos los que formamos parte de una cadena, que debe avanzar hacia un nuevo paradigma circular.

José Ignacio Asensio Bazterra

INGURUMENENKO ETA OBRA HIDRAULIKOETAKO DIPUTATUA
DIPUTADO DE MEDIO AMBIENTE Y OBRAS HIDRÁULICAS

Gipuzkoako
Foru Aldundia
Diputación Foral
de Gipuzkoa



ORAIN
INGURUMENA



EGINKIZUNA / MISIÓN.....	5
SLOW FASHION NEXT.....	6
AKUKUNA.....	8
KILATE.....	10
MARIPURI TIJERITAS.....	12
LAVANDERAS.....	14
SKUNKFUNK.....	16
TELARISTA URBANA.....	18
TYTTI THUSBERG.....	20
ZERGATIK.....	22

Argitaratzailea / Edita:

GIPUZKOAKO FORU ALDUNDIKO INGURUMENEO
ETA OBRA HIDRAULIKOETAKO DEPARTAMENTUA
DEPARTAMENTO DE MEDIO AMBIENTE
Y OBRAS HIDRÁULICAS DE LA
DIPUTACIÓN FORAL DE GIPUZKOA
2017

Green

EGINKIZUNA

Gure bazkideen errealitatearen, euren bizipenen eta hauen azterketaren funtsa, katalogo hau eskualde mailako ehungintza baten sorrera gisa erakusten da. Ibilbide-orri honen bidez, ehungintzan kutsaduraren prebentzio-arloko beharraren eta garrantziaren inguruan sentsibilizatzea eta sustatzea bilatzen dugu. Planeta osoan gehien kutsatzen duen bigarren industria da, uretara isurtzen diren toxikoen % 20ren arduraduna. Horregatik, gaur egungo ekonomia aldatu eta prozesu zirkular bat lortzeko bidea jorratu behar da. Horretarako, gure diseinatzaileek euren produkzioen zikloa modu iraunkorrean osatzeko tresna egokiak eduki beharko dituzte.

Lan-baldintza duinak, produktu kimikorik gabeko findagaiak, manufaktura osasungarria, material organikoak, ehunak birziklatzea; horietatik dira Slow Fashion edo moda iraunkorra kontzeptuari esanahia ematen dioten baloreetako batzuk. Produktuaren amaierako estetika soilik lehenesten ez duen industria bati buruz ari gara; jantzi bakoitzaren atzean dagoena kontuan hartzen da. Horrek gero eta garrantzi handiagoa du, moda azkar edo fast fashion gisa ezagutzen denaren frankizia handiei kontrajarriz. Hauena jasanezin bihurtuko den eredu bat da, erosi eta bost asteetara arropa botatzeko pentsatuta dauden minidenboraldiak dituen eredu.

Esparru horren barruan, erabili eta bota kontzeptuaren ordezkaria zirkularrak lekua hartuko duen paradigma berri batera aldatzeko garrantzi handia hartzen du. Duela 20 urte eredu hori jada existitzen zen, baina deskokatzeak —munduko fabrika gehienak Asian egotea ekarri du— eredu hori ordezkatu du. Eredu horrek, gure hirien garapen ekonomikorako eta kalitateko enplegua sortzeko aukera ematen du, hondakinak baliabide bihurtuz eta gure ekonomiarentzako hain beharrezkoa den nazio mailako ehungintzaren sorrera sustatuz.

Horregatik guztirengatik, Moda Iraunkorraren Klusterra helburu hirukoitzarekin ulertzen dugu: ingurumena babesteko politikak bultzatzeko, eta enplegua eta gure industria-sektorea sustatzeko. Gure iritziz hiritarrei moda iraunkorraren garrantzia helarazteko beharrezko tresnak eta ezagutza ematea gure eginkizuna da. Horren bitartez, Gipuzkoako ehungintza gure herrialdeko ekonomiaren eragile bihurtzeko.

MISIÓN

Esencia de la realidad de nuestros socios, sus vivencias y prospección de las mismas, el presente catálogo se muestra como el nacimiento de una industria textil regional. Una hoja de ruta con la que buscamos impulsar y sensibilizar sobre la necesidad e importancia en materia de prevención de la contaminación en la industria textil. Se trata de la segunda industria más contaminante del planeta, responsable del 20% de los tóxicos que se vierten al agua. Por ello, es necesario un cambio en la economía actual y avanzar hacia un proceso circular en el que nuestros diseñadores cuenten con las herramientas adecuadas para poder completar el ciclo de sus producciones de manera sostenible.

Condiciones de trabajo dignas, tintes exentos de químicos, manufactura saludable, materiales orgánicos, reciclaje de textiles; son algunos de los valores que dan significado al concepto de Slow Fashion o moda sostenible. Hablamos de una industria que no prioriza únicamente la estética final del producto; sino lo que hay detrás de cada prenda, cobrando cada vez más importancia en contrapartida con las grandes franquicias de la conocida pronto moda o fast fashion. Un modelo que se perfila insostenible, con minitemporadas pensadas para desechar la ropa a las cinco semanas de su compra.

Dentro de este marco, el cambio hacia un nuevo paradigma donde el concepto de usar y tirar sea reemplazado por el de economía circular, adquiere una gran relevancia. Un modelo que ya existía hace 20 años y que ha sido sustituido por la deslocalización, propiciando que la mayoría de las fábricas en el mundo se encuentren en Asia. Esto supone una oportunidad para el desarrollo económico de nuestra ciudad y la creación de empleo de calidad, convirtiendo los residuos en recursos e impulsando la creación de un tejido industrial nacional, tan necesario para nuestra economía.

Por todo ello, concebimos el Clúster de la Moda Sostenible con una triple finalidad: apoyar políticas favorables para el medio ambiente, el fomento del empleo y de nuestro sector industrial. Entendemos que es nuestra labor proporcionar a los ciudadanos las herramientas y el conocimiento necesario para trasladar la importancia de la moda sostenible. Y con ello, convertir la industria textil guipuzcoana en un motor de la economía de nuestra región.

GIPUZKOA KLUSTERRA

Fashion

SLOW FASHION NEXT

"Hong Kong eta Txinako fabrikak bisitatu nituenean jakin nuen zer zen benetan moda". Inflexio-puntua izan zen hura Gema Gómezentzat, hura bere sinesmenekin eta balioekin kontraesanean zegoela ikustean. Orain, Slow Fashion Next bere proiektuaren bitartez, gogoz ari da lanean jasangarritasunaren esanahia osatzeko, zabalitzeko eta ezagutzera emateko asmoz.

Bizi zikloaren analisisa, ekonomia lineal batetik zirkular batera igarotzea, eta modu masibo batean kontsumitzeak dakartzan arazoak; horietatik dira eredu horri eusten dioten funtsezko hiru kontzeptuak. Kalitate eskaseko produktuak kontsumitzen ditugu baliabide naturalak ustiatzearen kostura, eta horrexegatik, azaldu digu, itxi behar dugu zirkulua.

"Aprendí lo que realmente era la moda cuando visité las fábricas de Hong Kong y China". Éste fue el punto de inflexión para Gema Gómez que vio como aquello contradecía sus creencias y valores. Ahora pone todo su entusiasmo en la labor de formar, divulgar y comunicar lo que engloba ser sostenible a través de su proyecto Slow Fashion Next.

El análisis del ciclo de vida, el paso de una economía lineal a una circular, y el problema que supone consumir de manera masiva; son los tres conceptos fundamentales en los que se sustenta este modelo. Consumimos productos de baja calidad a costa de explotar recursos naturales, y por ello, nos explica, se debe de cerrar el círculo.



Zure ustez zein da moda jasangarriak betetzen duen zeregina ingurumena babesteko eta klima aldaketaren aurkako borrokan?

Funtsean, bigarren industria kutsagarriena da. Gainera, batere zentzurik ez duen kontsumo premia ezarri da. Jabetzen hasi beharrean gaude zer dagoen hain prezio baxuen atzetik.

Moda jasangarria tokiko modaren mundua hazi eta dinamizatzeko aukera bat izan daiteke?

Jakina, tokiko ekonomiak sortzen hastea da kontua, eta haiek sendotzea. Nahitaezkoa da materiak ekoizten hastea, eta materia horiek modu garbi batean transformatzen hastea, eta gazteen lana bultzatzea.

Zure iritziz materia berritzaileei (hondakinetatik edo birziklatzetik sortuak) eman behar zaie lehentasuna eta jatorritik erauzitako materialen kontsumoa baztertu? Zergatik?

Bai, noski, materia horiek ez dute aurreneko ekoizpen etapa hori behar. Beraz, ingurunean ditugun materiak berrerabiltzen arituko ginatke, naturako baliabideak ustiatu gabe.

Moda jasangarriak zer erronkari egin behar dio aurre etorkizunari begira gorantz doan sektore berritzaile bat izateko?

Hilabetean 10 kamiseta 5€-tan kontsumitu ditzakegula esanez engainatu gaituzte; ez dugu zertan hainbeste kontsumitu, hobeto kontsumitzea baita kontua. Erronka nagusia hau da, moda jasangarriak maila guztietan gehitzen duen balioa ezagutzera ematen hastea.

Nola lagundu behar dute administrazio publikoek moda jasangarria bultzatzen? Garrantzikoa iruditzen al zaizu modalerro hau ikusgai jartzea kontsumo arduratsua zabalitzen hasteko?

Zalantzarik gabe, administrazio publikoek gaitasuna dute egitura horiek sortu ahal izateko, jasangarritasunaren alde apustu egiten duten enpresak prestatu, kontzientziatu eta haiei nabaritasuna emateko. Elkarrekin lortu ahal izango dugu hori.

¿Qué papel considera que la moda sostenible juega en la protección del medio ambiente y en la lucha del cambio climático?

Fundamental, se trata de la segunda industria más contaminante. Además, se ha establecido una necesidad de consumo que no tiene sentido. Debemos de empezar a ser conscientes de lo que hay detrás de unos precios tan bajos.

¿Considera que la moda sostenible puede ser una oportunidad de crecimiento y de dinamización del mundo de la moda a nivel local?

Totalmente, se trata de empezar a crear economías locales y fortalecerlas. Es fundamental empezar a producir materias, es fundamental empezar a transformar esas materias de una manera limpia e impulsar el trabajo de los jóvenes.

¿En su opinión las materias innovadoras (procedentes de residuos o reciclaje) deben priorizarse frente al consumo de materiales de nueva extracción? ¿Por qué?

Sí, efectivamente, estas materias eliminan esa primera etapa de producción. Por lo tanto, estaríamos reutilizando materias que ya están en el ambiente sin explotar los recursos de la naturaleza.

¿A que retos debe enfrentarse la moda sostenible a futuro para ser un sector emergente e innovador?

Nos han contado la falacia de que podemos consumir 10 camisetas al mes a 5 €, no necesitamos consumir tanto, sino consumir mejor. El gran reto es empezar a transmitir el valor que aporta la moda sostenible a todos los niveles.

¿Cómo deben contribuir las administraciones públicas a la moda sostenible? ¿Cree que es importante visibilizar esta línea de moda de cara al consumo responsable?

Totalmente, las administraciones públicas tienen la capacidad de poder generar esas estructuras para formar, concienciar y dar visibilidad a las empresas que opten por la sostenibilidad. Juntos podemos conseguirlo.



SLOW
FASHION
NEXT



GEMA GÓMEZ
fundatzailea / fundadora

gema.gomez@slowfashionnext.com
T. 617 231 995

C/GUZMANIA,10
28039 MADRID
slowfashionnext.com



Akukunan, Soniak —bere fundatzaileak— badaki haurrentzako modan guztiak ez duela balio. Horregatik, duela hiru urte marka sortu zutenez geroztik, GOTS ziurtagiria daramaten % 100ean ehun ekologikoekin osatutako kalitatezko patroiak eta diseinuak erabiltzen dituzte. Seme-alaben larruazalerako arropa naturalak bilatzen dituzten gurasoen eskaerari erantzuten dien eskaintza; hala ere badakite gai honetan oraindik bide luzea dagoela egiteko. Horregatik, Akukunan markan jarri dute arreta, estatuan eta Europako iparraldekoa bezalako merkatu helduetan salmenta-puntu gehiago ezartzeko. Izan ere, iparraldeko merkatu horietan familia askori ez zaie burutik pasatzen ehun ekologikoz eginak ez dauden haurren arropak erostea.

En Akukuna, Sonia, su fundadora, sabe que en moda infantil todo no vale. Por ello, desde la creación de la marca hace tres años se centran en buenos patrones y diseños elaborados con tejidos 100% ecológicos, con certificados GOTS. Una oferta que da respuesta a la demanda de padres que buscan prendas naturales para la piel de sus hijos; aunque como saben todavía hay mucho camino que hacer en esta materia. Por ello, en Akukuna están centrados en la marca, con el fin de tener presencia en más puntos de ventas a nivel nacional y en mercados maduros como los nórdicos, donde muchas familias ni se plantean el hecho de comprar ropa infantil que no esté elaborada con tejidos ecológicos.



Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Akukuna sei puntu nagusitan oinarrituta da: ehunak % 100 ekologikoak, bertan eginak, patrio egokiak, ehunetan eta tindagaietan produktu kimikorik ez duten arropak, landutako diseinuak eta erabilera anitzeko jantziak. Gure balio bereizgarriak ehun ekologikoak eta patrioak dira.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Haurrentzako modan guztiak ez du balio eta guraso askok badakite hori. Gure bezeroak materiarekin arduratuta dauden gurasoak dira. Gaur egun dagoen eskaintza komertzialean aurkitzen ez diren moda eta kalitatezko patrioak bilatzen dituzte, estandar ekologikoak dituzten eta produktu kimikorik ez duten produktuak. Gainera, bertan egindako produktua baloratu eta bilatzen dute.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Gure produktuetan ehunak % 100ean ekologikoak dira, GOTS zigiluarekin ziurtatutako ehunak. Halako ehunak erabiltzeak bereizten eta definitzen ditu gure produktu guztiak.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?

Holandan salmenta-puntu gehiago jarri nahiko genituzke, eta horretarako azoketara joaten jarraitu nahi dut. Gainera, hor daude Frantzia, Alemania eta, oro har, iparraldeko herrialdeak, moda ekologikoarekiko duten kontzientziagatik. Merkatu helduak dira, mota honetako gaietan gu baino aurreratuagoak daude, batez ere ehungintza ekologikoari dagokionean.



¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?

Akukuna está planteado sobre seis puntos fuertes: tejidos 100% ecológicos, elaboración local, buen patronaje, prendas libres de químicos en tejidos y tintes, diseños elaborados y prendas versátiles; siendo los tejidos ecológicos y el patronaje, nuestros valores diferenciales.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

En moda infantil todo no vale y muchos padres lo saben. Nuestros clientes son padres concienciados con la materia que buscan moda, patrones de calidad y diferentes a la oferta comercial existente, con estándares ecológicos y libres de químicos. Además, valoran y buscan producto elaborado con mano local.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Para el 100% de nuestros productos utilizamos tejidos que sean ecológicos, certificados con el sello GOTS. El uso de este tipo de tejidos diferencia y define a todos nuestros productos.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?

En Holanda nos gustaría ampliar puntos de venta, y para ello quiero seguir yendo a ferias. Además está Francia, Alemania, países nórdicos en general por la conciencia que tienen en moda ecológica. Son mercados maduros, más avanzados en cuestiones de este tipo, pero sobre todo en el textil ecológico.



SONIA CEPA GARCÍA
fundatzailea / fundadora

akukuna@akukuna.com
T. 665 35 00 98

C.C. MAMUT
ASTIGARRAGAKO BIDEA, 4
20180 - OIARTZUN (GIPUZKOA)
akukuna.com



Kilate



Artista gipuzkoar honek inork baino hobeto aztertu du arretaz ezinezko bolumenez osatutako bere obran ikus ditzakegun ehundurak eta formak sortzeko aukerak. Zirrara sorrarazteko deitua, ez du Origami-ren teknika ikertzeko garaian zalantzarik izan. Origamia, kotoiaren batera, material nagusi gisa erabiliz, ikuskizunaren munduko artisten eta disc-jokeyen begirada harrapatzeko formula bikaina bilakatu da.

Iñakik, globalizazioari kontrajarrita, XX. mendearen erdialdeko Londresko musika-mugimenduek sorrarazi zuten estilo propioaren eta hiri-tribuen jarraitzaile erromantikotzat aitortzen du bere burua. Zaletasun horrek bere sormen ausartetarako inspirazio gisa balio izan dio.

Este artista gipuzkoano ha esplorado las posibilidades como nadie para crear las texturas y formas que podemos observar en su obra de volúmenes imposibles. Llamado para impactar no ha dudado en investigar la técnica del Origami que junto con el algodón como material principal ha resultado ser la fórmula perfecta para atrapar la mirada de artistas y disc-jokeys del mundo del espectáculo.

Iñaki, en contraposición a la globalización, se confiesa un romántico de las tribus urbanas y el estilo propio que generaron los movimientos musicales londinenses de mediados del siglo XX, lo que le ha servido de inspiración para sus atrevidas creaciones.



Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Artisau-lan handia egiteagatik nabarmentzen naiz; izan ere, diseinuak Origamiren —papiroflexia gisa ezagunagoa— teknika japoniarraren bidez garatzen ditut, eta ehunean aplikatzen dut. Horrek oso lan neketsua eskatzen du.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Ikuskizunaren mundura zuzenduta nago; publiko horrek ikuslearen arreta erakartzea eta txundigarria izatea bilatzen du; eta, erabiltzen dudana teknikari esker, bisualki hain efektu erakargarri hori sortzen duten bolumenak eta ehundurak lortzen ditut.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Ehun naturalekin lan egiten dut, zehazki, kotoi ekologikoarekin; eta, ondoren, ehun natural horiek tindagaiekin —hauek ere naturalak— tindatzen ditut. Une honetan, material horrek bakarrik ematen dit kartoi-itxura hartzen duen eta, gainjarritako tolestatzeak eginez, lan egiten uzten duen ehundura hori.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?

Beti, XX. mendearen erdialdeko musika-mugimenduetan asko inspiratu naiz. Mugimendu horiek, eurekin, janzteko modu bat loturik zeramatzaten. Horregatik, Londres bezalako hirira heltzea gustatuko litzaidake, musika- zein arte-kultura haren guztiaren epizentroa izan zelako.

**¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?**

Me caracterizo por realizar un trabajo muy artesanal ya que desarrollo los diseños a través de la técnica japonesa del Origami, más conocida como papiroflexia, y lo aplico al tejido, lo que conlleva un tratamiento muy laborioso.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Estoy orientado al mundo del espectáculo, es un público que busca captar la atención del espectador, ser impactante y gracias a la técnica que utilizo consigo unos volúmenes y una textura que crean ese efecto que visualmente es muy atractivo.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Trabajo con tejidos naturales, en concreto, con algodón ecológico, y después los tiño con tintes que también son naturales. Este material es el único en este momento que me aporta esa textura acartonada y que se deja tratar a través de la realización de pliegues superpuestos.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?

Siempre me he inspirado mucho en los movimientos musicales de mediados del siglo XX que llevaron consigo un estilo a la hora de vestir. Por ello, Londres es una ciudad a la que me encantaría llegar ya que fue el epicentro de toda aquella cultura tanto musical como artística.



Kilate



Ropa y complementos



IÑAKI ANDRÉS

fundatzailea / fundador

inakiandres1@gmail.com
T. 699 65 13 46

AZPEITIA

maripuritijeritas

Maripuri Tijeritas "iraunkorra da, iraunkor sortu zen, eta horixe da ulertzen duen bide bakarra". Horrela aurkezten digu Garbiñek, markaren sortzaileak, bere proiektua. Bere lanak prozesu osoa barne hartzen du, iraupen luzeko jantziak diseinatzetik edo material ekologiko eta naturalak erabiltzetik hasi, eta lan-baldintza duinak errespetatzeraino edo enbalaje birziklagarriak aukeratzera.

Hasieratik gaur egun arte, ikerketa eta ikaskuntza etengabeak izan dira. Une honetan hedapena, jarraipena eta produkzio-lan handiagoa dira marka honen hurrengo helburuak. Markak, orain, berrikuntzaren eta ingurumena babesteko bide berriak bilatzearen aldeko apustua egin du.

Maripuri Tijeritas "es sostenible, nació sostenible, y es el único camino que entiende". Así es como Garbine, fundadora de la marca, nos presenta su proyecto. Su trabajo abarca todo el proceso, desde el diseño de prendas duraderas o el uso de materiales ecológicos y naturales, hasta el cuidado de unas condiciones laborales dignas o la elección de embalajes reciclables.

Desde sus inicios la investigación y el aprendizaje han sido una constante hasta el momento actual en el que la expansión, el seguimiento y una mayor labor en la producción son los próximos objetivos de esta marca que apuesta por la innovación y la búsqueda de nuevas vías en defensa del medioambiente.



Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Nire marka diseinu propioa eta akabera zainduak edukitzeagatik bereizten da. Bestalde, material naturalak eta iraunkorrak aukeratzen ditut, eta toki mailan produzitzen dut. Jantzi erosoak eta estilo berezikoak dira.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Nagusiki produktu berezia, polita eta, bertan eta modu iraunkorrean egina egoteak ematen dion balio erantsia duen produktua bilatzen duten emakumeei zuzendua dago. Nire merkatu-hobia kontsumitzaile arduratsua da.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Nire jantziak, batez ere, kotoi organikoz eta merino artilez eginak daude.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?

Normalean nire produktuak estatuan (Bartzelona, Madril, Galizia...) saltzen ditut. Euskadin da gutxien saltzen dudana lekua. Nire ustez, kontsumo arduratsuekin lotuta, euskal kontsumitzailearen kontzientziazio ezaren ondorio da. Oraindik "marka ezagunak" erosteko joera handia dagoen arren, honako galdera hau egin beharko genuke: Nondik dator arropa hori? Benetan behar dut?

**¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?**

Mi marca se caracteriza por contar con un diseño propio y acabados cuidados. Por otro lado, realizo una elección de materiales naturales y sostenibles, y desarrollo una producción local. Son prendas cómodas a la par que estilizadas.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Principalmente a mujeres que buscan un producto especial, bonito y con el valor añadido de tratarse de una producción local y sostenible. Mi nicho es el consumidor responsable.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Mis prendas están principalmente compuestas de algodón orgánico y lana merino.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?

Generalmente mis ventas son a nivel nacional (Barcelona, Madrid, Galicia...), en Euskadi es donde menos ventas genero. Creo que es debido a la falta de concienciación del consumidor vasco en relación al consumo responsable, todavía se tira mucho de "grandes marcas" y, sin embargo, es necesario preguntarse: ¿De dónde viene esta prenda? ¿Realmente lo necesito?



GARBIÑE TOLOSA BAQUEDANO
fundatzailea / fundadora

info@maripuritijeritas.com
T. 607 21 16 46

AIZKORRI 24
20008 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
maripuritijeritas.com

LAVANDERA

Lavandera ezin da Monika bere sortzailerik gabe ulertu. 2004an, jende diferentea, konbentzionalismoetatik ihes egiten duen jendea, bere unibertso propioa sortzen duen jendea, eta gaur egungo gizartearen erritmo frenetikoetatik at bizi den jendea jantzi nahi zuela egin zuen amets.

Lan pedagogikoa bilatzen du, kaleko jendearen eta moda kontzeptualenaren eta iraunkorrenaren arteko hurbiltze-lana egin nahi du. Donostian bizi da, eta bere merkatua estatuko iparralde osora zabaldu da. Hurrengo erronka, marka beste herrialde batzuetara zabaltzea da. Lavanderak bere produkzio-prozesu guztiak kontrolatzen ditu, eta bere diseinu apartek eta propioek gero eta iraunkorragoak izatea bilatzen dute.

Lavandera no se puede entender sin su creadora, Mónica. En 2004 soñó que quería vestir a gente diferente, gente que huye de los convencionalismos, que se crean su propio universo, y son ajenos a los ritmos frenéticos de la sociedad actual.

Persigue un trabajo educacional, un trabajo de acercamiento entre la gente de la calle y la moda más conceptual y sostenible. Afincada en Donostia, su mercado se extiende por todo el norte del país. Su próximo reto, extender la marca en otros países. Lavandera controla todos sus procesos de producción y sus diseños únicos y propios están encaminados a ser cada vez más sostenibles.



Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Edizio mugatuak eta merkatuak finkatutako joeren inguruan soilik egituratzen ez den diseinua. Diseinu-línea nik sortzen dut. Denboran irauten duten arropak. Produkzioa —oso-osorik Espainian egina dago— eta balio-kateko prozesu guztien gaineko kontrola.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

30 eta 55 urte bitarteko emakumeei. Moda diferentea kontsumitzen duen publikoa, jantzeko garaian desberdin izatea bilatzen duen eta denda txikitik kontsumitu ohi duen publikoa.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Zuntz naturalekin eta artifizialekin lan egiten dut. Aurtengo udako bildumarako kotoi organikoarekin egindako lehen bilduma sartu dut. Marka gero eta iraunkorragoa izateko beste urrats bat. Ia beti ehun lisoekin lan egiten dudanez, niretzako oso garrantzitsua da jantzien ukitua.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?

Orain Madrilatik gorako merkatu nazionalean mugitzen ari gara. Nazioartekotzeko proiektu batekin hasteko eta marka kanpora ateratzeko asmoa dugu. Frantziara, Alemaniara eta Herbehereetara, bertan kontzientziazio handiagoa dagoelako eta, produktu mota kontuan hartuta, marka ondoen egokitu daitekeen lekuak direlako.

**¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?**

Ediciones limitadas y con un diseño que no pivota estrictamente sobre las tendencias establecidas desde el mercado. Yo creo la línea de diseño. Prendas que perduran en el tiempo. La producción, que está íntegramente hecha en España y el control sobre todos los procesos de la cadena de valor.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Mujeres, de entre 30 y 55 años. Un público que consume una moda diferente, que busca la diferenciación a la hora de vestir y que suele consumir en el pequeño comercio.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Trabajo con fibras naturales y con fibras artificiales. Para la colección de este verano he introducido la primera colección desarrollada con algodón orgánico, un paso más para que la marca sea cada vez más sostenible. Trabajo casi siempre con tejidos lisos por lo que para mí es muy importante el tacto de las prendas.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?

Ahora nos movemos en el mercado nacional de Madrid hacia arriba. La idea es empezar con un proyecto de internacionalización y sacar la marca al exterior. Francia, Alemania y Países Bajos, donde hay más concienciación y donde mejor puede encajar la marca por el tipo de producto.

LAVANDERA**MÓNICA LAVANDERA**
fundatzailea / fundadorainfo@monicalavandera.com
T. 943 45 66 60
M. 609 81 27 14SIERRA DE ARALAR, 68
20014 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
monicalavandera.com

skunkfunk

Mikel Feijoo buru duen euskal marka honek 20 urte betetzen ditu, GOTS ziurtagiria duen Estatuko moda-etxe bakarra izanda. Gaur egun dauden 500 ziurtagiri baino gehiagoren artean, horixe da zorrotzena. Bertan, ingurumenari eta gizarteari lotutako irizpideak batzen dira. Oso aldaketa garrantzitsuak eta azkarrak gertatzen ari diren mundu batean —sare sozialak, Internet edo denda infinitua adibidez—, Skunkfunk oso indartsu sentitzen da, eta indar horrek marka bizia izateko eta hazten jarraitzeko hainbat aukera emango dizkiola uste du.

Skunkfunken iraunkortasuna modu globalean lantzen dute; euren ezagutzen zati handi bat partekatuz, alderdi guztiak ukituz, balioa sortuz, gardentasunez, eta era ziurtatuan eta independentean.

Esta marca vasca capitaneada por Mikel Feijoo celebra su 20 aniversario siendo la única firma de moda del Estado con certificación GOTS, la más exigente de las más de 500 certificaciones que hay y que aúna criterios medioambientales y sociales. En un mundo de cambios muy importantes y rápidos como las redes sociales o internet como la tienda infinita, Skunkfunk cree tener muchas fortalezas que les puede dar diversas posibilidades de seguir siendo una marca viva y en crecimiento.

En Skunkfunk trabajan la sostenibilidad de una manera global, compartiendo buena parte de sus conocimientos, tocando todos los aspectos, generando valor, con transparencia y de manera certificada e independiente.



Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Bizimodu baterako bizibide bat sortzeko modu bat bezala 1997an marka sortu zenetik, Skunkfunken balioak hauexek dira: diseinu originala, berrikuntza, funtzioaniztasuna, ikuspegi kulturantzuna baina euskal sustraiekin, eta iraunkortasuna, balio holistikoa eta ziurtatu bezala.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

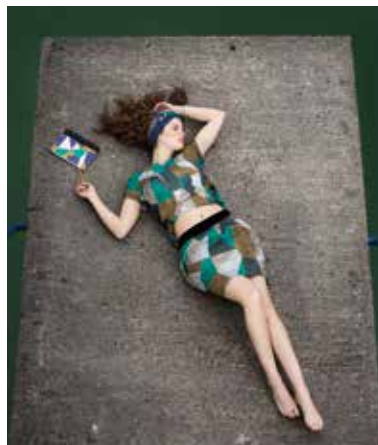
Gure produktuak emakume independente, cool eta conscious-ari zuzenduta daude.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Skunkfunken, urtero, 60 ehun baino gehiago lantzen ditugu, baina beti, zuntz iraunkorrei —organikoak eta birziklatuak— begia kendu gabe. Halaber, gure ehunetako asko guk sortzen baditugu ere, beti berriak bilatzen ari gara.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?

Euskal marka bat gara, enpresa-holding euskalduna baina nazioarteko merkatura begira dagoena. Enpresa propioak jada zazpi herrialdetan baditugu eta hogeita hemezortzitan saltzen dugu. Skunkfunken markak globalak direla ulertzen dugu; hala ere, oraindik egiteko asko dugu, etengabe zabaltzen ari den mundu batean bizi garelako.

**¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?**

Desde que se creó la marca en 1997 como una manera de generar un medio de vida para un modo de vida, los valores de Skunkfunk son el diseño original, la innovación, multifuncionalidad, el enfoque multicultural pero de raíz vasca y la sostenibilidad, como un valor holístico y certificado.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Nuestros productos van dirigidos a una mujer independiente, cool y conscious.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

En Skunkfunk trabajamos más de 60 tejidos cada año, con un foco puesto siempre en las fibras sostenibles; orgánicas y recicladas. Asimismo, generamos muchos de nuestros propios tejidos, aunque siempre estamos buscando.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?

Somos una marca vasca, un holding de empresas vasco pero con una proyección internacional. Tenemos empresas propias ya en siete países y vendemos en treinta y ocho. Desde Skunkfunk entendemos las marcas como globales, aun así nos queda mucho por hacer ya que vivimos en un mundo en constante expansión.



MIKEL FEIJOO ELZO
fundatzailea / fundador

mikel@skunkfunk.com
T. 94 625 79 22

KURTZEA / LA CRUZ
INDUSTRIALDEA, P4-1.
48196 - LEZAMA
(BIZKAIA)
skunkfunk.com

TELARISTA URBANA

Telarista Urbana-ren buru Lucía Sánchezek 1993an jarri zuen abian bere artisauro-proiektua. Horrela, bere ametsetako bat gauzatu zuen, gehien gustatzen zaionagatik eta zaionerako lan egitea: eskulangintza.

Luciak, % 100ean material natural eta iraunkorren bidez arropak lantzeko ofizioa gauzatzen du, arropak egiteko eta lantzeko prozesu tradizionalak jarraituz. Bere sorkuntzen bidez penintsularen zati bat ezagutu du. Orain, bere helburua, tailer-denda bat zabaltzea da, ofizioa eta artisaurozako jantzigintza irakatsi ahal izateko, eta, horrela, ofizioa ez galtzeko eta denboran irauteko, Luciarene sorkuntzek iraufen dufen modu berean.

Lucía Sánchez, cabeza de Telarista Urbana, puso en marcha su proyecto artesanal en 1993, cumpliendo así uno de sus sueños, trabajar por y para lo que más le gusta: la artesanía.

Lucía sigue el oficio de la confección de prendas mediante materiales naturales y sostenibles 100%, siguiendo los procesos de elaboración y confección tradicionales. Con sus creaciones ha conocido parte de la península y ahora su objetivo es crear una tienda-taller donde poder enseñar el oficio y la confección artesanal, para que éste no se pierda y perdure en el tiempo, de la misma manera en la que perduran sus creaciones.



Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Marka bereizten duten balioetako bat da produktu iraunkorrek eta naturalekin lan egiten dudala. Horixe da nire lehentasunetako bat. Artilea iruteko ofizioa eta jantzigintzako prozesu naturalak —tindatzea adibidez— berreskuratzen saiatzen naiz.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Artisautzako produktua gustukoa duen eta ezagutzen duen publikoari zuzentzen natzaio. Produktu hori baloratzen duen eta produktu iraunkor bat bezala ulertzen duen jendea.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Material guztiak naturalak eta iraunkorrak dira. Horien artean aurkituko ditugu: alpaka, merina artilea, zeta, banbua edo kotoi % 100 iraunkorra. Ile-moztaileekin jartzen naiz harremanetan, mantua eta ardi-larrua erosten ditut, eta material hori erabili ahal izateko behar den prozesu guztia egiten dut. Garbitu eta jorratu egin behar da; ondoren, tindatzeko, iruteko edo feltrotzeko prest egongo den top lust bihurtuko da.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?

Jende gehiagorengana iritsi eta nire tailerra jendeari irekita egotea nahiko nuke, ofizioa, birziklatzea eta kustomizazioa berreskuratzeke eta irakasteko, baina laguntzarik gabe ez da erraza: autonomoak, alokairuak, etab. ordaindu beharra. Marka Europan ere zabaltzeko nahiko nuke. Nire esperientziagatik egiaztatu dut Alemanian artisau-produktuari balio handia ematen diotela.

**¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?**

Uno de los valores que caracteriza la marca es el trabajo con productos sostenibles y naturales, que es una de mis prioridades. Intento recuperar y rescatar el oficio de hilar la lana y los procesos naturales de confección, como teñirla.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Me dirijo a un público que le gusta y que conoce el producto artesanal. Un público que le da valor y que lo entiende como un producto duradero.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Todos los materiales son naturales y sostenibles. Algunos de ellos: Alpaca, lana merina, seda, bambú o el algodón sostenible 100%. Contacto con los esquiladores, compro manto y vellón, además de hacer todo el proceso necesario para su uso. Hay que lavarlo, escardar y se convierte en top lust listo para teñir, hilar o fielttrar.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?

Me gustaría llegar a más gente y que mi taller estuviera abierto al público para poder recuperar y enseñar el oficio, reciclaje y customización, pero sin ayudas no es fácil: autónomos, alquileres, etc. También me gustaría extender la marca a Europa. Por mi experiencia he podido comprobar que en Alemania saben valorar el producto artesano.

**TELARISTA
URBANA****LUCÍA SÁNCHEZ**
moda iraunkor masterra
moda sostenible mastertelaristaurbana@gmail.com
T. 608 57 46 58EGIA, 6
20012 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
facebook.com/TelaristaUrbana



tytti thusberg

Tytti Thusbergek bizitza ez du ulertzen iraunkortasunaren bitartez ez bada. Berak adierazten duen moduan, bizitzeko estilo eta bizimodu bat da. Hala bizi izan da txikia zenetik, etxeko oihalkiak aprobetxatzen zituenean edo bere amonak, modaz pasa ondoren, jertseak bota eta, berak, haiek jaso eta berregiten zituenean.

Era horretan, Tyttik, balore gisa, dotoretasuna eskaini nahi du, eta birziklatzeari balio handiagoa eman nahi dio, zaborte gitan amaituko luketen hondakinen material birziklatuekin produktuak eginez. Produktu horiek maila eta estilo handiko osagarri bihurtzen ditu. Eta berak dioen moduan, bere produktuak berak bere estudioan egindako 0 kilometroko benetako produktuak dira.

Tytti Thusberg no entiende la vida si no es a través de la sostenibilidad. Tal y como ella lo expresa, es un estilo y modo de vida, que lleva viviendo desde que era una niña cuando su aprovechaban los retales de casa o cuando su abuela deshacía los jerséis una vez que se pasaban de moda, para rehacerlos de nuevo.

Así, Tytti busca aportar elegancia como valor y elevar el reciclaje a un mayor nivel con productos realizados con material reciclados de desechos que acabarían en vertederos y que de esta manera, se vuelven en complementos con clase y estilo. Y como ella dice, sus productos son realmente productos de kilómetro 0 realizados por ella misma en su estudio.



Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Nire aurreneko balio bereizgarria produkzioa da. Poltsen barruko forroen zati bat izan ezik, beste guztia nik produzitzen dut nire estudioan. Falta den zati hori hemendik oso hurbil dagoen kooperatiba batek egiten du. Bestalde, material guztiak hondakinetatik birziklatuak daude. Hauek jasoko ez banitu zabortegetan amaituko lukete. Birziklapena klase eta estilo handiko mailara igo nahi dut, balio gisa dotoretasuna eskaini nahi dut.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Oso publiko espezializatu eta eksklusiboa da. Alderdi komertziala nik lantzen ditudan osagarrietara — poltsak adibidez— bideratua dago. Hauek neurritan egin daitezkeenez, produktu pertsonalatuak gustatzen zaizkion bezeroa da.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Larrua eta ehun-hondakinak, baita oihalen industria-hondakin batzuk ere. Segurtasun-uhalekin edo pelikula-filmarekin ere lan egin dut. Gainerakoa, auzoko jendeak edo nire ezagunek ekartzen dizkidaten gauzak erabiliz sortzen dut.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?

Moda jasangarriaren azoketan parte hartu izan dut nazioarte mailan, Londresen eta Berlinen, besteak beste. kontaktu horiek berreskuratzea nahi nituzke, eta elkaraldi horietara berriro bertaratu.

**¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?**

Lo que me caracteriza, en primer lugar, es la producción. Lo produzco yo todo en mi estudio, excepto una parte de los forros interiores de los bolsos, que los hace una cooperativa muy cerca de aquí. Por otro lado, los materiales son absolutamente reciclados de desechos que si no se llevarían a los vertederos. Mi intención es elevar el reciclaje a un nivel con clase y estilo, aportar elegancia como valor.

¿A qué tipo de público estáis orientados?


Es un público muy especializado y exclusivo. La parte comercial está centrada en los complementos que confecciono, como los bolsos, y pueden hacerse a medida, por lo que es un cliente al que le gustan los productos personalizados.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Encuentras cuero, residuos textiles y también una parte de residuo industrial de telas. He trabajado también con cinturones de seguridad o con film de películas. El resto, me surgen de cosas que me trae la gente del barrio o que me conoce.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?

He trabajado en ferias de moda sostenible a nivel internacional, como por ejemplo, en Londres y Berlín. Me gustaría poder retomar estos contactos y acudir de nuevo a estos encuentros.



zergatik

Zeru izartsuak, kubo geometrikoak eta mareen itxura duten uhinak simulatzen dituzten estanpatuak dira Zergatik diseinuetan aurki ditzakegun elementuetako batzuk. Diseinu horiek Urnietan duten egoitza inguratzen duen ingurune naturalean inspiratuak daude.

Diseinu horien bitartez, planeta ez kaltetzeko helburuarekin gizateriaren eta naturaren artean eman behar den oreka aldarrikatzen du marka honek. Horregatik, duela gutxi "Vistiendo el movimiento" izeneko bezalako ekimenak burutu dituzte. Bertan, aurreko denboraldietako ehunei beste erabilera bat ematen zaie. Era horretan, bere jantzien bitartez aditzera eman nahi duen eta mugitzen den publikoari erantzuten saiatzen da Zergatik.

Estampados que simulan cielos estrellados, cubos geométricos y ondas que asemejan mareas, son algunos de los elementos que podemos encontrar en los diseños de Zergatik inspirados en el entorno natural que rodea su sede en la localidad de Urnieta.

A través de ellos, la marca reivindica el equilibrio que debe darse entre la humanidad y la naturaleza con el fin de no dañar el planeta. Por ello, recientemente, han llevado a cabo iniciativas como "Vistiendo el movimiento" donde se da una nueva vida a tejidos de temporadas pasadas. De esta manera, Zergatik se afana por dar respuesta a un público que se mueve y se manifiesta a través de sus prendas.



Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Jantzi originalak sortzen eta diseinatzen ditugu, jantzigintzan dagoen eskaintza zabal horretatik bereizteko asmoz. Gure eginkizuna da, produktuaren kalitate handiarengatik edo denboragabe izateagatik, luze iraun dezaketen estilo hiritarra duten arropak sortzea.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Zergatik publiko objektiboa emakume moderno eta alternatiboa da, ingurumenaz kezkatua eta munduko arazoez arduratua. Modaren eta kontsumitzen duenaren bitartez, bere burua aldarrikatzen duen eta iraunkortasunak arduratzen duen pertsona bat.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Kotoiarekin, rayonarekin, biskosarekin, elastanekin lan egiten dugu, eta, bestetik, kotoia eta poliesterra nahasten ditugu, baita artilea, material akrilikoa, modala eta kaxmir ere. Ziurtagiri ekologikoa daramaten material iraunkorrak etengabe bilatzen ari bagara ere, oso zaila da aurkitzea hornitzailek ez dagoelako.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?

Nazioartekotzea sustatu nahiko genuke. Zergatik jada saltzen ari da Alemania, Frantzia edo Belgikako askotariko markak dituzten dendatan. Gure helburua bide horretan jarraitzea eta jada sartuta gauden Europako merkatuan indartzea da.

**¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?**

Creamos y diseñamos prendas originales con la intención de diferenciarnos de esa amplia oferta textil. Nuestra misión es la creación de prendas de estilo urbano que puedan perdurar en el tiempo, bien sea por la calidad del producto o por su atemporalidad.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

El público objetivo de Zergatik es una mujer moderna y alternativa, que es muy consciente del medio ambiente y es sensible a los problemas mundiales. Una persona involucrada en la sostenibilidad que se reivindica a través de la moda y de lo que consume.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Trabajamos con algodón, rayón, viscosa, elastán, y por otro lado, también mezclamos algodón con poliéster, lana con acrílico, modal y cachemir. Existe una búsqueda constante de materiales sostenibles con certificación ecológica pero es muy difícil por la falta de proveedores.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?

Nos gustaría potenciar la internacionalización. Zergatik ya está vendiendo en tiendas multimarca en Alemania, Francia o Bélgica. Nuestro objetivo es seguir en esta línea y consolidarnos dentro del mercado Europeo donde ya tenemos presencia.



LUCÍA TAÜL
bazkidea / socia

lucia@zergatik.com
T. 943 33 29 87

POLÍGONO ERRATZU, 44
20131 - URNIETA
zergatik.com







Green Fashion

GIPUZKOA KLUSTERRA

GIPUZKOAKO MODA IRAUNKORREKO KLUSTERRA
CLÚSTER GUIPUZCOANO DE MODA SOSTENIBLE

Gipuzkoako
Foru Aldundia
Ingurumeneko eta Obra
Hidraulikoeiako Departamentua



ORAIN
INGURUMENA

Lagunzailea / Colabora

donostia
moda

MODA SUSTATZEN
IMPULSO A LA MODA
IMPULSE TO FASHION



Ekonomia Bultzatzeko, Merkataritzako,
Ostalaritzako eta Turismoko Zinegotzigoa
Concejalía de Impulso Económico,
Comercio, Hostelería y Turismo





Guztiok gara kate baten zati, eta bere katebegiak ekonomia zirkularrerantz bideratu behar dira.

Todos formamos parte de una cadena cuyos eslabones deben avanzar hacia la economía circular.

**Gipuzkoako
Foru Aldundia**
Ingurumeneko eta Obra
Hidraulikoetako Departamentua



**ORAIN
INGURUMENA**

gipuzkoaingurumena.eus