

Knihá rozhovorů s lidmi z módního průmyslu

UDRŽITELNÁ MÓDA V ČESKÉ REPUBLICĚ

ROXANA ŠISEROVÁ

PRAKTICKÁ BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
UNIVERZITA KARLOVA
FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD
INSTITUT KOMUNIKAČNÍCH STUDIÍ A ŽURNALISTIKY
PRAHA, 2024



OBSAH

Karolína Břínková (Slow Femme).....	7
Barbora Koniakovská (Malé černé).....	23
Martina Feitová (Recycle store).....	39
Lenka Baarová (Textile Mountain).....	57
Filip Vaculík (SALONČ4).....	71
Ing. Jana Drašarová, Ph.D. (TUL).....	83

PŘEDMLUVA

Móda je součástí našeho každodenního života, ať chceme nebo ne, a to, jak se oblékáme, o nás mnohé říká. Nástup velkých módních řetězců, kterým se přezdívá fast fashion, přinesl možnost svůj šatník obměňovat často a za relativně nízkou cenu, to ale způsobilo, že lidé mnohdy nakupují oblečení, které nepotřebují. Kvalita oblečení klesá, ale spotřebitelům to nevadí, neboť si mohou koupit nové za stejnou cenu, za kterou si ten den koupí třeba oběd a kávu.

Textilní průmysl je odpovědný za 10 % celosvětových emisí a 20 % veškerého průmyslového znečištění.¹ Často se o něm mluví jako o špinavém průmyslu, produkuje velké množství chemikálií, spotřebovává desítky bilionů litrů vody nebo také znečišťuje oceán mikroplasty.² Více než 2 miliardy tun oblečení se navíc každý rok vyhodí.³ Není divu, když se ročně vyrobí téměř 100 miliard kusů, což představuje dvojnásobek oproti roku 2000.⁴ Malá část se recykluje,⁵ ale většina tohoto odpadu končí na skládkách v rozvojových zemích.

Zatímco v 50. letech minulého století průměrné výdaje britského obyvatele na oblečení činily 30 %, v roce 2020 to bylo pouze 5 %.⁶ A nestojí za tím nižší spotřeba. Módní průmysl zaměstnává 1/3 obyvatel světa, pouhé 2 % však dosáhnou na minimální mzdu.⁷ Země jako Bangladéš jsou na textilním průmyslu závislé, takže aby o zakázky a zisky nepřišly, nastavují minimální mzdu pod hranici životního minima a pracovní podmínky jsou tristní, pracovní doba je extrémně dlouhá, přesčasy nebývají proplacené a na bezpečnost se dostatečně nedbá.⁸ Rozvojové země tak nesou zátěž spotřeby rozvinutých zemí.⁹

V reakci na to začali někteří jedinci hledat způsoby, jak módu dělat tak, aby tyto negativní dopady co nejvíce eliminovali. Tomuto hnutí se říká udržitelná móda, nebo také pomalá, protože dává přednost kvalitě před kvantitou. Stojí na principech etického chování, dbá na dobré pracovní podmínky, vrací se k tradičním metodám práce, ale hledá i další jako je například upcycling, využívá obnovitelné zdroje a ekologické materiály. Těch možností je mnoho a každá má své výhody.

Kniha rozhovorů o udržitelné módě v České republice přináší pohledy a názory šesti osobností, které se pohybují v textilním průmyslu a přispívají k ekologičtějšímu přístupu. Karolína Břínková, zakladatelka magazínu Slow Femme, uvádí čtenáře do problematiky rychlé módy a dělí se o své zkušenosti s propagací módy pomalé. Martina Feitová z Recycle Store přibližuje koncept obchodu s upcyklovaným oblečením. Lenka Baarová stojí za projektem Textile Mountain, udržitelná galanterie se zaměřuje na využívání textilního odpadu. Filip Vaculík z brněnského krejčovství na zakázku SALONč4 představuje výhody této tradiční metody výroby oblečení. A nakonec Ing. Jana Drašarová, Ph.D. z Fakulty textilní Technické univerzity v Liberci přináší akademický pohled na vývoj a výzvy v oblasti udržitelného textilního inženýrství. Kniha je cenným zdrojem informací pro všechny, kdo se zajímají o udržitelnou módu, ekologii a hledají inspiraci k zodpovědnější spotřebě v módním průmyslu.



KAROLÍNA BŘÍNKOVÁ

SLOW FEMME

Karolína Břínková je výraznou osobností české módní udržitelné scény. Jako spoluzakladatelka ženami vedeného magazínu Slow Femme se snaží šířit povědomí o pomalé módě, etice a ekologii v textilním průmyslu. Často se vyskytuje v rozhovorech a reportážích týkající se této problematiky, dokáže totiž jednoduše a srozumitelně vysvětlit komplexní fungování textilního průmyslu a inspirovat k lepšímu spotřebitelskému chování.

Co pro vás znamená udržitelná móda?

Moje pojetí udržitelné módy se hrozně mění v průběhu času, podle toho jak dospívám, jaké informace mám a kde jsem momentálně zaměstnaná, protože to hraje hodně velkou roli v tom, kým se obklopuji. Ale primárně to je vyjádření mých vlastních hodnot, tak jak bych si přála, aby svět fungoval, aby práce byla férově zaplacená a já jsem skrze třeba materiály, ze kterého je mé oblečení ušité, neničila přírodu. Pro mě udržitelná móda není v prvním úplném smyslu to, že má milion certifikátů, a teď si budu trochu protiřečit, ale že byla ušitá za těch nejlepších podmínek. Pro mě je to hodně prakticky o skromnosti.

Co ovlivnilo váš názor na módu?

Já jsem vyrostla v prostředí, kde moje mamka nakupovala hodně v sekáči, a potom nakupovala v klasických řetězcích, ale tam se pokoušela, a dělá to doteď, vždycky vybírat co nejkvalitnější věci, primárně přírodní materiály. A to oblečení pak nosí extrémně dlouho a zároveň má ten šatník relativně malý. Stejně tak jsem to viděla u svojí babičky, která prožila většinu svého života v komunistickém režimu a na vlněný kabát, který má dodnes, si šetřila třeba rok, protože stál celou její měsíční výplatu. V dnešním světě už je pro nás nepředstavitelné dát za kabát dvanáct tisíc, protože si ho můžeme koupit za dva až pět tisíc a pár sezón s ním být v pohodě, pak v něm možná začne být zima, ošoupou se často používané části a skončí to na tom, že ho po těch pár sezonách ze šatníku vyřadíme. Věci už s námi nevydrží třicet let, tak jako to bylo u našich prarodičů a rodičů. Já jsem se od nich naučila přistupovat k oblečení zodpovědně a s pokorou, tak aby tady se mnou vydrželo co nejdéle. I když mám ten šatník trochu větší, tak opravdu přemýšlím nad vším, co si kupuji. A když už si něco nového koupím, tak je to věc, která splňuje všechny moje požadavky, a vím, že tam dlouho zůstane.

Takže jak se vaše vnímání udržitelné módy v průběhu let proměnilo?

Problematiku módního průmyslu jsem objevila, když mi bylo kolem 17 let. Tehdy jsem se snažila dodržovat ty zásady, které jsem se naučila od mamky, a nakupovala jsem v sekáčích. S příchodem do Prahy na vysokou školu a prvním zaměstnáním se to začalo měnit. Předtím pro mě udržitelnost byla o určitém sebeomezování a najednou jsem přišla do velké firmy (pracovala jsem v marketingovém oddělení pro Tchibo) a viděla, jak se nad tím přemýšlí zase trochu jinak. Ta firma se určitým způsobem snažila, jenže ty změny trvají extrémně dlouho. Ale začala jsem být o něco loajálnější. Na druhou stranu nyní dělám marketing v Nile, což je concept store, který prodává pouze zodpovědně produkující značky, a to také hrozně moc změnilo moje pojetí módy. Oblečení se stalo něčím, kde opravdu hledám kvalitu, takže když jdu do běžného obchodu, tak většinou nejsem spokojená. A hodně se můj pohled změnil, když jsme zakládaly magazín Slow Femme, který mi přinesl mnohem intenzivnější vhled do fungování módního průmyslu a toho, že se děje hrozně moc špatných věcí, které jsou překrývány greenwashingovým balastem a lidé mají problém jej rozpoznat. Jenom asi 20 % populace ví, co to greenwashing je.

Když jste říkala, že inspirací vám byla maminka a babička, myslíte si, že ve vnímání udržitelnosti hraje roli tradice?

Myslím si, že jo. Že je to jako se vším, když vidíme doma, že se jí zdravě nebo se sportuje, tak to máme přirozeně zakořeněné. V České republice s námi také hodně zamávalo, že jsme třicet let po převratu a stále se mluví o tom, jaký to má důsledek na nás a na určitý nezřízený konzum, protože potřebujeme vše, co jsme mít nemohli. Mladší generace se zase dělí na polovinu, která chce zachránit svět a ta udržitelnost je pro ní důležitá, a druhou, která nakupuje na ultra fast fashion obchodech jako je Shein a chce naskočit na každý trend, co se objeví na sociálních sítích.

Pokud člověk, třeba právě skrz tu rodinu, neměl nikdy příležitost vyzkoušet si kvalitu, tak k tomu nemá vůbec žádný vztah. Zároveň si myslím, že jsme hodně ovlivnění tím, že můžeme mít za málo peněz hodně věcí, které nám zvyšují náš status, a tím pádem nechceme čekat, než si našetříme na dražší, ale lepší alternativu. Je velmi těžké lidi přimět k tomu, aby si tu kvalitu vyzkoušeli. Třeba z Nily vím, že zákazníci tam jdou primárně za designem a nějakým nákupním zážitkem a ta udržitelnost je pro ně méně důležitá, ale hraje tam roli pak ta kvalita, za kterou se vrací. Ale musí k tomu dospět.

Proč je rychlá móda problematičká?

Rychlá móda je problematičká z milionu důvodů. Když začnu tou environmentální stránkou, tak je to jeden ze tří průmyslů, které nejvíce zatěžují svou produkcí planetu. Do toho je tam obrovská spotřeba vody, ať už na pěstování bavlny nebo na barvení a odpadní voda se vypouští zpátky do řek v zemích, kde nejsou regulace, proto je to pro ty firmy výhodné. Zároveň je tam velký dopad na zdroje, které ten průmysl využívá, ať už na přírodní nebo umělá vlákna, která jsou hodně na vzestupu a momentálně jsou až v 60 % vyprodukovaného oblečení. Celý módní průmysl za sebou nese velkou environmentální stopu. A co se týče sociálního dopadu, tak v textilním průmyslu navzdory digitalizaci a nástupu AI a nových technologií je stále zaměstnáno hrozně moc lidí. Tito lidé jsou špatně placení a žijí v podmínkách, které my tady už neznáme. Ale pro země, kde se textil vyrábí je důležité, aby tam ta výroba zůstala, protože například v Bangladéši tvoří textilní průmysl 85 % exportu do cizích zemí. Proto ani bangladéšská vláda nechce ty podmínky měnit a zvedat mzdy, protože by to znamenalo odchod firem pryč. Nedávno po protestech ke zvýšení teda došlo, ale třeba jen o 30 %, což zdaleka nedorovnává inflaci, která tam momentálně je, takže ta mzda vlastně zůstává stejná a balancuje na hranici chudoby, což je dlouhodobě neúnosné. A můžeme se ještě bavit o nulových bezpečnostních podmínkách v továrnách. Je to komplexní problém, který nemá jednoduché řešení.

NA TO, JAKOU MÁME
INFLACI, KDE ROSTE
CENA VŠEHO
OSTATNÍHO, TAK
CENA OBLEČENÍ
ZŮSTÁVÁ STEJNÁ.

V rozhovoru pro Respekt z roku 2021 zmiňujete: „Třeba džíny si doteď kupuju v řetězci, protože se svou postavou je během dvou let prošoupu a přijde mi zbytečné kupovat si kalhoty za čtyři tisíce, aby se pak za rok nedaly nosit.“ Takže si myslíte, že i ve fast fashion řetězcích se dá nakupovat udržitelně?

Já musím první zvrátit to tvrzení, to už neplatí. Tehdy platilo, ale aktuálně mám kalhoty z udržitelné produkce a zatím s nimi nemám vůbec žádný problém. První džíny, které jsem si takhle koupila, byly od švédské firmy Nudie Jeans, která mě zaujala tím, že nejen je to environmentálně zodpovědná firma, ale pokud se vám s jejich džíny něco stane nebo už je třeba nechcete nosit, tak jim je pošlete zpátky a oni vám je upraví nebo opraví, případně vymění za nové. Svoje staré džíny mám pod postelí a čekám na chvíli, kdy budou vratné, že je pošlu nějaké firmě a ona z nich udělá nové džíny. Ale zpátky k otázce, jestli se dá nakupovat ve fast fashion řetězci udržitelně. Já bych to vrátila zpátky k mojí mamce, která si myslím, že tam nakupuje udržitelně ve smyslu zodpovědně a s nějakým rozmyslem, vybírá si tu nejvyšší kvalitu, kterou si může v ten moment dovolit, a ten kousek potom nosí, stará se o něj a opravuje ho. Na druhou stranu si myslím, že ona si to může dovolit vzhledem ke své zkušenosti, jak to oblečení vybírat. Já když jdu do obchodního řetězce, tak pro mě na štendrech visí odpad, který velmi rychle skončí na skládce. Nic moc jiného v tom nevidím a je mi z toho strašně úzko, protože to jsou haldy oblečení, které většina z nás nepotřebuje a které si koupíme jenom z nějakého rozmaru. Myslím si, že nákup v textilních řetězcích se stává i čím dál tím těžší vzhledem k tomu, jak je ten systém konstruovaný. Oproti tomu slow fashion se snaží změnit výrobu a spotřebu té produkce v cirkulární oběh, ale to je ideální model, který funguje jenom u velmi málo firem. My se aktuálně pohybujeme v lineárním systému, což znamená produkce, prodej, nošení a cesta na skládku. Tam končí nějakých 70 až 80 % všeho textilu. Největší problém s rychlou módou v současnosti je, že je to oblečení šité tak, abyste ho nosili co nejkratší dobu, a tím podpořili další spotřebu.

Ten výběr je tedy čím dál těžší a ta zodpovědná smysluplná volba vyžaduje mnohem komplexnější pohled, na který mnoho lidí nemá čas, takže si nemyslím si, že to úplně jde.

Jak tedy má nakupovat běžný člověk, který nemá čas na řádnou rešerši, kde najde udržitelnou alternativu?

Ten čas to vyžaduje vždycky. Úplně nejlepší je najít si prodejce, který prodává udržitelnou módu a kterému můžu věřit, že všechno, co tam bude mít, je zodpovědně vyrobené, tím pádem já už se nemusím o nic starat. To samozřejmě taky vyžaduje snahu, protože v Česku tolik těch firem není, a pokud já ještě neznám tu kvalitu, tak si jen tak přes internet nekoupím věc za čtyři tisíce. Takže jedna z forem je podpořit lokální výrobce nebo si dát oblečení ušít na míru. A potom je ideální se podívat na nějaký rozcestník, my na Slow Femme také máme nějaké tipy, kde nakoupit, a ve vyhledávači se toho taky dá hodně najít, ale tam je problém, že na předních příčkách se mohou objevit značky a e-shopy, které úplně udržitelné nejsou a mají třeba jenom pár opravdu udržitelných produktů. Ale přijde mi, že člověk, který se rozhodne, že by se tomu chtěl více věnovat, tak už nemá problém si to najít.

Ve stejném rozhovoru také zmiňujete brigádu v takovém řetězci, můžete tuto zkušenost popsat podrobněji a dokážete říci, co ve vás zanechala?

Já jsem během vysoké školy pracovala jako prodejkyň v několika obchodech, jedním z nich byl francouzský řetězec Promod, potom polský Tatum a ještě jsem pracovala v českém Zootu. A to, co ovlivnilo můj způsob smýšlení o módě, bylo vidět ten neustálý příjem nového zboží, spousta slevových akcí, jak je každý produkt jednotlivě zabalený v plastovém sáčku a že ty věci jsou napuštěné různými chemikáliemi, aby při převozu nezaplesnivěly a nesežraly je myši, a s tím pak musí ty prodejkyňe pracovat.

A když jsem pracovala na výdejně v Zootu, tak jsme zákazníkům dávali každý kus speciálně zabalený, oni si to vyzkoušeli a z toho, co si objednali, si vzali třeba jen část, nebo vůbec nic, a my jsme ten zbytek museli znovu nově zabalit, což bylo obrovské množství odpadu. A třeba Promod, byl velmi zajímavý obchod s relativně kvalitním oblečením, když jsem byla na střední, ale ta jeho nabídka se postupem času proměnila, přizpůsobila se trendům a dostalo se tam mnohem víc umělohmotných materiálů. Ale cena toho oblečení se nezměnila. Což je zajímavé na textilním průmyslu – že na to, jakou máme inflaci, kde roste cena všeho ostatního, tak cena oblečení zůstává stejná. Já si pamatuju, že když mi bylo kolem dvanácti let, tak jsem si za své první kapesné koupila halenku v H&M za pět stovek, a vím, že bych si ji tam za stejnou cenu pořídila i teď, což je nějakých šestnáct let. Přitom náklady na výrobu se zvyšují a proměňují, ale ty firmy dokáží různými způsoby držet ceny takhle nízko.

Jak můžeme zvýšit povědomí spotřebitelů o environmentálním a sociálním dopadu jejich výběru módy?

Já si myslím, že třeba poslední rok se nám se Slow Femme dařilo dostávat do větších médií, jako je Český Rozhlas, Seznam Zprávy a byly jsme i v pořadu České Televize. Když se ty informace dostanou do mediálního mainstreamu, tak se dostanou i k lidem, kteří by je jinak neslyšeli a možná by nad nimi ani nepřemýšleli. Takže to mi přijde jako skvělá cesta. Další velkou roli aktuálně hrají influenceři, protože nejen že mají velký dosah, ale jsou pro své sledující i určitou inspirací. Jenže momentálně hodně z nich podporuje greenwashing, že třeba sdílí i informace o udržitelném šatníku, ale do toho propagují fast fashion řetězec. Častokrát se ti lidé oblékají z klasických řetězců, střídají oblečení jako ponožky a do toho si hodí propagaci nějakého zeleného tvrzení ideálně ve spolupráci s nějakým tím velkým řetězcem. To si myslím, že se je špatně.

Influenceri mají velký vliv, ale s tím je spojená velká zodpovědnost za to, co hlásají. A v České republice chybí influenceri, kteří by se tomu tématu věnovali systematicky.

Je tato osvěta také důvod, proč jste založily magazín Slow Femme?

Určitě. Už je to šest let od založení, chtěly jsme udělat magazín, který by se tomu tématu věnoval více do hloubky, protože v tom roce 2018 se to téma dostávalo postupně i do novin, ale byly to hlavně jen základní informace a ta témata se hodně opakovala. My jsme věděly, že perspektiv, na kterých by se dalo stavět, je tam mnohem více a že to chceme udělat, ale ta osvěta byla primární.

Podle vaší zkušenosti s magazínem chtějí lidé být informováni?

Chtějí, ale velmi ve zkratce a jednoduše. My jsme původně chtěly ten magazín mít hlavně na webu, ale sociální sítě nám to celé překopaly a změnily. Největší základnu fanoušků a čtenářů máme na Instagramu, kde se k těm tématům dostanou ve velmi nařaděné podobě, ale udělají si základní představu, a pokud je to téma zaujme, tak jdou na web a tam si toho přečtou víc. Ale to se bavíme třeba o 10 % lidí. Takže myslím si, že jo, i podle těch statistik, které máme my, ale není to nijak zásadně cílené. Mně osobně přijde, že před covidem se o tom tématu mluvilo hodně, ale momentálně je nějaký útlum, možná protože došlo k ekonomickému poklesu, lidé začali šetřit, tak se i to téma postavilo trochu stranou. Trochu mám pocit, že lidé, kteří o to téma mají zájem, tak už o tom vědí a sledují třeba i nás jako Slow femme, ale je pro nás těžké přesvědčit někoho nového.

Jaká je současná situace udržitelné módy v České republice?

Já bych se odkázala na průzkum, který dělal STEM¹⁰ pro klub svobodných matek. Ten říká, že je to zhruba půl na půl. Jedna polovina Čechů nakupuje pouze nové oblečení a druhá kombinuje nákup nového a second-handového oblečení.

Povědomí o udržitelné módě má primárně mladší generace 18–25 let, ale je to současně generace, která nejvíc nakupuje, byť třeba i v tom sekáči. A nejméně nakupuje a nejmenší povědomí má generace, které je přes 60 let, ale současně to, co si koupí, doopravdy nosí a starají se o to. Pozitivní je, že roste nabídka obchodů, které prodávají zodpovědně vyrobenou módu, takže ta dostupnost je čím dál tím lepší. Ale obecně je to pořád hrozně velká bublina lidí, kteří mají peníze, čas a zájem o módu.

Co brání českým spotřebitelům v udržitelnosti? Je to cena, neinformovanost nebo ještě něco jiného?

Hlavní argument všech je vždycky cena, ale ta je hrozně zkreslená tím, že jsme zvyklí na ty nízké ceny. Já si vzpomínám na citát, že by nás nemělo zajímat, proč je ta cena tak vysoká, ale proč je ta cena tak nízká. A to si myslím, že skvěle vysvětluje, jak k tomu přistupujeme. A druhá věc je určitě neinformovanost. A pokud už ty informace mám, tak se zase vrátím k argumentu té ceny, takže se to tak vzájemně doplňuje.

Posunula se Česká republika za posledních deset let k lepšímu nebo k horšímu, co se módy týče?

Přemýšlím, jestli toto dokážu zodpovědět. Určitě se posunula v tom, že je tu spousta nových značek. Ale zároveň je tu obrovský tlak fast fashion řetězců, které se sem postupně dostávají, a sociálních sítí.

Podporujete jak vy sama, tak třeba i v rámci magazínu nějaké významné české iniciativy nebo projekty, které zastávají udržitelné a etické postupy v módním průmyslu?

My částečně spolupracujeme a přebíráme informace od Fashion Revolution, kteří mají zastoupení tady v České republice. Já jsem byla na workshopu ve spolupráci s pražským magistrátem, kde se řešilo třídění textilu, které bude od roku 2025 povinné. A spolupracujeme s různými značkami a designéry, aby se dostali do podvědomí lidí, protože najít si nové zákazníky je velmi těžké.

NÁKUPNÍ PYRAMIDA

NOVÉ

UŠÍT

Z DRUHÉ RUKY

VYMĚNIT

PŮJČIT

VYUŽÍT, CO MÁM

Můžete nějaké značky nebo designéry doporučit?

No tak dobře promyšlené to má třeba Etik butik, dále také Nila a větší část nabídky Freshlabels. A udržitelné designéry je dobré najít na Slou Days, což je festival, který bývá dvakrát za rok v Praze.

Z hlediska české politiky a jejímu přístupu k ekologii, jak aktivně se česká vláda zapojuje do prosazování udržitelných postupů v módním průmyslu?

Ke mně se nedostala žádná zpráva nebo tiskovka, že by se něco takového dělo. Česká vláda přebírá nařízení Evropské Unie, takže tak se to dostává i k nám, ať už je to ta legislativa o povinnosti třídění textilního odpadu nebo je to chystaná legislativa o green washingových tvrzeních a ještě různá nařízení o regulaci chemikálií. Problém je, že Evropská Unie sice reguluje používání chemikálií, ale jen u zboží, které sem dováží konkrétní značky. Pokud si objednáme balíček z Číny, tak jej už nikdo nekontroluje, takže se k nám do šatníku stejně ty toxické látky mohou dostat. Ale určitě nevím o tom, že by tu byl nějaký odbor, který by se tím zabýval. Jeden čas se hodně řešilo, že módní tvorba není zakotvená na ministerstvu kultury jako nějaká hodnota, a tím pádem je zde i velmi malá možnost získat nějakou podporu. Ale tohle nemám nastudované, takže by mě mohl někdo opravit.

Je možné nebo vůbec žádoucí, aby se v České republice znovu otevřely textilní továrny, které tu dříve fungovaly? A jsou ty, co existují, lepší a ekologičtější než ty zahraniční?

Já si myslím, že spousta lidí by si to přálo. Bylo by to krásné, ale je to nereálné, protože jsme hodně zaspali dobu a nemáme ty technologie, které bychom potřebovali. Fungují tady dílny, které jsou schopné něco vyrábět pro menší značky, ale je to hodně limitované tím množstvím. Aktuálně se bavíme spíš o evropské výrobě, ať už to je Itálie, Portugalsko nebo Ukrajina, Rumunsko a další. Ale tam rozhodně nemůžeme tvrdit, že se jedná o etickou a zodpovědnou produkci.

Obzvlášť u Itálie se mluví, že v textilních továrnách pracují hlavně imigranti, jsou tam menší nároky na pracovní podmínky a nižší mzdy. Ale další problém, který trápí český módní průmysl, je, že chybí švadleny. Ještě za socialismu jsme měli přes sto tisíc švadlen po celé České republice, poslední údaj asi osm let starý je, že tu je kolem jedenácti tisíc švadlen. Nikdo to nechce dělat, protože sedíte celý den shrbení za šicím strojem za opravdu nízkou mzdu ve srovnání s jinými povoláními.

Kam podle vás směřuje budoucnost módy, a to jak v celosvětovém měřítku, tak konkrétně v kontextu České republiky?

Jednou věcí je, že budou přibývat firmy, které fungují na ultra fast fashion principu. Aktuálně je třeba kromě Shein často zmiňovaný e-shop Temu, který prodává všechno možné spotřební zboží. Z druhé strany to snad začne omezovat nějaká legislativa, která se bude snažit o zodpovědnější produkci. Ale spíš se bude tlačit na tu environmentální stránku než sociální, protože na tu momentálně lidé více slyší a i pro ty firmy je to lépe komunikovatelné. Dále si myslím, že uvidíme stálý nárůst využívání umělých vláken spíš než těch přírodních. A potom se předpokládá, že bude výrazný a silný hráč na trhu Čína, protože dříve tam fungoval textilní průmysl primárně na export, ale nyní tam roste střední třída a zvyšuje se po oblečení poptávka, takže Čína bude pro módní průmysl důležitý trh.

Kde se vzala ultra fast fashion a myslíte si, že tento trend bude v příštích letech ještě narůstat?

Ultra fast fashion vznikla z růstu e-shopů a zájmu o technologie, ne o módu. Ultra fast fashion těží z toho, že využívá digitální technologie a umělou inteligenci proto, aby produkovala oblečení. Dříve obchodní domy haute couture přišly dvakrát do roka s novou kolekcí, kterými se inspirovaly ready-to-wear značky. Pak přišla fast fashion, která vyloženě kopírovala to, co se objevilo na módních molech, a celý proces se zrychlil, už nebyly dvě kolekce ročně, ale třeba čtyři.

A ultra fast fashion to celé ještě zrychlila, protože funguje tak, že umělá inteligence vyhledává na internetu trendy, co nosí uživatelé, na základě kterých tyto firmy šijí zkušební kolekce, které hodí na e-shop, a podle prodejnosti se dál dávají do výroby. Problémové je, že tyto e-shopy jsou schopné přidat denně až pět tisíc nových modelů, čímž generují velké množství oblečení za velmi nízkou cenu, kterou jsou schopni stáhnout skrze různé marketingové taktiky, a protože nemají kamenné obchody, nemusí platit cla, když posílají pouze malé balíčky, a jelikož je to relativně levné, tak se zákazníkům často nevyplatí produkt ani reklamovat, když jim neseďí. Takže takhle oni fungují. A zároveň vy jako zákazník nemáte šanci se zorientovat ve velkém množství produktů, takže využívají personifikaci k tomu, že vám nabízí pouze to, co by vás mohlo zajímat. Takže to je trend, který poslední roky vnímáme a myslíme si, že bude ještě sílit, a je jenom otázka, kdy na něj naskočí ti klasičtí hráči jako H&M, Inditex a další.

Oblečení je často vyjádřením naší osobnosti, která se však vyvíjí. Obzvláště u mladých vnímám, že se jejich preference rychle mění, více experimentují, možná protože sami sebe stále hledají. Dá se šatník obměňovat v souladu s udržitelností?

K určitému věku patří to, že se člověk hledá, a oblečení může být určitým vyjádřením jeho identity, takže má třeba potřebu více experimentovat a obměňovat šatník. Myslím si, že je dobré mít v šatníku nějaké základy, které se mnou už zůstanou a na kterých mohu stavět dál. Šatník se v souladu s udržitelností obměňovat dá, ale nemělo by to být o tom, že naskočím na nějaký trend, který bude za dva měsíce pasé. Ta změna by měla být postavená na tom, že když už obměnuji ten šatník, tak se snažím měnit ho postupně a pomalu zvyšovat kvalitu, třeba si i dopřávat ty udržitelně vyrobené kousky. Co je podstatné je, že myšlenka „Chci mít udržitelný šatník“, by neměla znamenat, že vyházím vše, co v něm momentálně mám. Opravdu bychom měli donosit to, co máme, a postupně si tam přidávat nové kousky.

Jak byste popsala nejudržitelnější možné spotřebitelské chování? Existuje něco jako ideální spotřebitel?

Za nás je jedna z nejdůležitějších a zároveň nejpraktičtějších řešení myšlenka buyerarchy, nákupní pyramidy, která říká, ať se první podíváte k sobě do skříně, protože i tam často objevíte něco nového, další možnost je si to půjčit, obzvlášť pokud jde o oblečení na speciální příležitosti, které poté nemáte, kde jinde nosit. Další je si to vyměnit, to je myšlenka, která podporuje swapování. Potom si to můžete koupit v sekáči, což by ale mělo fungovat v rámci nějaké zodpovědnosti a nekupovat si vše, jenom protože je to levné, kupovat jenom to, co vím, že vynosím. Tyhle čtyři stupně využívají věci, které už byly vyrobené. A potom následují dva další stupně. Nechat si to ušít, protože až když zjistím, jak náročné je něco ušít, tak pochopím, proč za to musím zaplatit, a budu si toho vážit. A poslední je nákup nového oblečení, také co nejzodpovědněji, tak aby to splňovalo naše hodnoty a tu nejvyšší kvalitu, jakou mi aktuálně moje peněženka dovolí.

Co by se muselo změnit, aby lidé začali dávat přednost udržitelné módě?

Pro mě je to hrozně utopická myšlenka, já si myslím, že pokud nenastane nějaká apokalyptická pohroma, tak se to nestane. Co já vidím u dědečka svého přítele je, že zažil válku a dobu, kdy nic nebylo, což formovalo, jak ke svým věcem přistupuje, že si jich váží, nic jen tak nevyhodí a nad tím, co má, přemýšlí. My aktuálně nejsme vůbec ničím nuceni naše nákupní chování změnit. Takže pokud s tím lidé nezačnou sami od sebe, tak se to nezmění. Já si myslím, že spousta lidí ví, že se to oblečení nevyrobí za úplně dobrých podmínek, ale těch, co se opravdu nechají přesvědčit, je hrozně málo. Já sama s tím nechci přestat nic dělat, ale myslím si, že jednotlivci nezmůže tolik, jako třeba změna legislativy, která by napravila to, jak ty firmy fungují, protože ty mají obrovský vliv.

**POKUD S TÍM
LIDÉ NEZAČNOU
SAMI OD SEBE,
TAK SE TO NEZMĚNÍ.**



BARBORA KONIAKOVSKÁ

MALÉ ČERNÉ

Líba a Básnička, tak si říkají zakladatelky second-handu Malé Černé. Barbora Koniakovská společně se svojí maminkou otevřely první dámský obchod v roce 2014. Od té doby se Malé černé rozrostly ještě o pánskou prodejnu a provozují i e-shop. Oba dva najdete v Haškově ulici na Letné. S Barborou jsme si povídaly o její lásce k módě, nakupování ve fast-fashion řetězcích, udržitelnosti oblečení z druhé ruky a také o různém vnímání second-handů napříč místy a generacemi.

Co pro vás znamená udržitelná móda?

Pro mně to znamená nekupovat trendy a věci z nekvalitních materiálů, které vydrží jen chvíli. Udržitelná móda by podle mě měla být nadčasová. Ale upřímně, my nemáme sekáč, protože je to udržitelné, ale protože je to naše vášeň. Zkrátka milujeme módu a postupem času se to vyvinulo tak, že i my jsme hodně udržitelní a vybíráme kousky, které vydrží dekády.

Co vás na tom baví? Proč je to vaše vášeň?

Kombinování věcí dohromady. Je to pro mě určitá forma umění. Já se nejvíc zaměřuju na výlohy a na to, jak vypadají interiéry našich obchodů. Takže mě baví vymýšlet co nejdokonalejší kombinace, které jsou už od pohledu výjimečné.

Pracovala jste ve dvou nadnárodních řetězcích jako visual merchandiser, proč jste rozhodla přejít k podnikání s oblečením z druhé ruky?

Moje máma měla sekáč už v 90. letech, pak toho ale nechala. Já jsem po škole hledala brigádu a náhodou jsem skončila v H&M jako prodavačka. Cit pro módu jsem zdělila, bavilo mě to, ale nemyslela jsem si, že bych se tím živila. V H&M mě zaujala práce holek, které právě připravovaly vizuální estetickou stránku té prodejny, takže jsem se na tu pozici přihlásila a pracovala jako visual merchandiser. Potom jsem přešla do COS. Ale pak máma přišla s tím, že by chtěla znovu otevřít sekáč, ale nepůjde do toho beze mě. Takže první obchod jsme měly při dalším zaměstnání a střídaly jsme se po týdnech. Jenže jsme se vůbec nepotkávaly, což nám komplikovalo jakékoliv plánování a rozvoj, takže postupem času jsme opustily práci a pustily se do toho naplno.

Jaká je vaše zkušenost s nadnárodními řetězci? Snaží se být lepší? Je to jen greenwashing?

To je hodně na tělo. Byla jsem tam, takže mám představu o tom, jak to doopravdy je. Některé věci se rozhodně zlepšily, ale nemyslím si, že je to úplně tak, jak je to komunikované veřejnosti. To zkrátka v tom množství není možné. Ta nadprodukce je hodně problémová.

Proč nakupovat v second handu?

Pro mě je jednou z největších výhod, že to oblečení už za sebou něco má, takže když si ho kupujete a vidíte, v jaké je kondici, tak můžete očekávat, že tak i zůstane. Zatímco u těch řetězců po vyprání často zjistíte, že už to nevypadá tak, jako když jste to koupili. Potom je samozřejmě výhodou i to, že nepodporujete další nadprodukcí a každý kus je jiný.

Podle průzkumu STEM lidé nenakupují v second handech, protože jim to přijde nehygienické? Co si o tom myslíte vy?

Já tomu rozumím. To má každý nastavené jinak a myslím si, že na to má právo. Já to tak nevnímám, ale mám třeba maličko problém s botami, ale spíš kvůli stavu, který nebývá tak dobrý, a malému výběru. Ale každý to má v hlavě nastavené jinak a je to v pořádku. My všechno čistíme, cokoliv co u nás najdete je po důkladné péči. Jsou obchody, které jedou na kvantitu, takže tohle nedělají a mají třeba nižší ceny. Ale my se zaměřujeme na luxusní materiály, takže si nemůžeme dovolit, aby to nevonělo hezky nebo tam byl nějaký flek.

Nákup v sekáči je svým způsobem schopnost. Jak nakupovat věci z druhé ruky?

Záleží na sekáči. V dnešní době je jich hrozně moc, jenom tady v ulici jsme čtyři a každý je jinak zaměřený. Potom jsou nevýběrové obchody jako například Textile House, kde mají všechno, takže tam už si musíte vybírat podle vašeho stylu, stavu té věci a podobně. My jsme zaměřeni na materiály, jiné sekáče jsou zaměřené třeba na určitou dobu. Náš servis je založený na tom, že prodavač zákazníkovi pomůže najít ty správné kousky, ve kterých se cítí dobře. Doporučujeme vybírat podle typu postavy, a potom záleží na očekávání a příležitosti.

Když jdete vybírat oblečení vy, na co se koukáte?

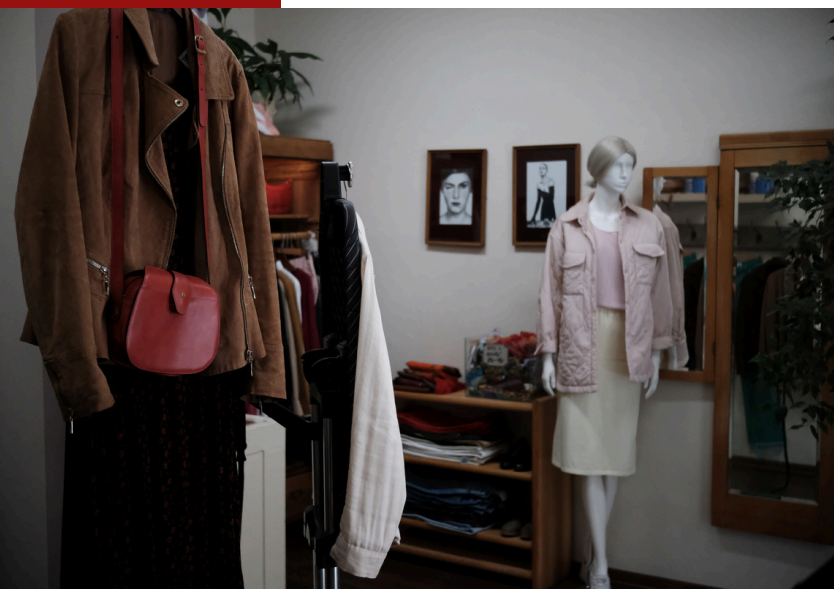
My hledáme kvalitní materiál a střih, který je lichotivý. Jsou věci, které se nám nelíbí, nikdy je prodávat nechceme a máme tu výhodu, že nemusíme. Pro všechny tři naše platformy – e-shop, dámský obchod a pánský obchod, nakupujeme jenom my s mámou a máme už hodně vycvičené oko. Nemusíme na to ani sahat a přesně víme, co je to za materiál. Takže už vybíráme jenom věci, které mají potenciál, co se materiálu týče, a pak se díváme na stav, protože ty věci musí vypadat jako nové. A také hledáme nadčasovost ve střizích. Občas nás zaujme nějaký trend, momentálně třeba zkrácené věci, protože se nám to líbí a je to lichotivé, nebo kalhoty s vysokým pasem. Ale teď se například vrací bokovky a tam se my nepustíme. Ale jsou trendy, na kterých se svezeme, protože nám sedí do konceptu a trefí se nám do vkusu.

Jaké další kousky kromě bokovek u vás nenajdeme?

Legíny, roztrhaný denim, umělou kůži a podobně. Je to o té kvalitě, pokud to dlouho nevydrží, tak to u nás nemá co dělat. A také o materiálech, které musí být prodyšné, příjemné a přírodní.



**POKUD TO DLOUHO
NEVYDRŽÍ, TAK TO
U NÁS NEMÁ CO DĚLAT.
UDRŽITELNÁ MÓDA BY
MĚLA BÝT NADČASOVÁ.**



Nakupování v levnějších sekáčích může lidi vést ke koupi kousků, které by si normálně nevybrali. Jak omezit tuto nadspotřebu?

To už pak také není udržitelné. Já myslím, že je to o celkovém přístupu. I v supermarketu se vám stane, že si koupíte něco, pro co jste si původně nešli, protože je to ve slevě, a pak to třeba nestihnete spotřebovat, takže se vám to vlastně ani nevyplatí. Je to v hlavě, a je to o tom neustrnout na domněnce, že nákup v sekáči je vždy udržitelný. Nakupování řízené nízkou cenou nikdy udržitelné nebude. Já mám třeba výhodu, že když si něco koupím a neunosím to, tak to můžu dát do obchodu, ale opravdu hodně lidí řeší, že mají doma věci, které je jim líto vyhodit, ale nemají je kam dát. Každý toho má doma víc, než potřebuje. Ale nákupem v sekáči už se aspoň vyhnete podpoře špatných pracovních podmínek pro zaměstnance a můžete se zaměřit na nakupování méně často.

Profesorka Jana Drašarová zmiňuje v rozhovoru, že často nenakupujeme, protože bychom danou věc potřebovali, ale protože nám udělá radost. Nákup v sekáči je jako lov, je ten pocit radosti z úlovků větší? Může to být důvod, proč lidé sekáčům propadají?

Větší je stoprocentně. Když jdete do řetězce, tak tam máte štendry plný jednoho a toho samého kusu oblečení, který si koupí tisíce lidí. Ale chápu, že v některých sekáčích jsou ty podmínky nastavené tak, že to vyžaduje čas, navíc ten kus, který hledáte, musíte najít ve své velikosti, takže ten nákup je náročnější. Ale ta radost je vždycky větší, když je za tím víc práce.

Může to přispívat k tomu, že si ti lidé potom té věci víc váží a déle ji nosí?

Já myslím, že ano.

Jakou má oblečení funkci? Vy ho využíváte i třeba jako výzdobu interiéru, je to tak?

Je to tak, pro mě jsou některé ty věci něco tak esteticky krásného, že se na ně chci koukat, takže mi to visí místo obrazů na stěně. Další funkce je samozřejmě praktická, musíme se oblékat, je to nějaká naše ochrana. Ale také je to nástroj na zvýšení sebevědomí, protože to, co máte na sobě a jak se v tom cítíte, má vliv na to, jak se v tom nesete, což ovlivňuje, jak vás lidé vnímají. To jak se obléknu může ovlivnit, jakou mám náladu, a naopak, oblékám se podle toho, jak se ten den cítím, takže se to může takhle zacyklit. Když se necítím dobře, tak to ještě podpořím tím, že se obléknu jako šedá myška, nebo to můžu zkusit zlomit tím, že na sebe dám něco, co mi sluší.

Může být milovník módy minimalista?

Určitě, podle mě jde mít málo věcí, kombinovat je různým způsobem a doplňovat je doplňky, tím vyšvihnete i základ šatníku. Dá se v šatníku fungovat s dvaceti kusy, které k sobě jdou a mít k tomu nějaké ty doplňky. Já si myslím, že jsem docela minimalista, mám jednu skříň, nemám toho moc a všechno to nějak točím, ale taky nejsem nějak extravagantní, takže jde o to, co od toho očekáváte, ale myslím si, že jde být minimalista a milovník módy zároveň.

Kdo k vám chodí nakupovat oblečení?

To je těžké, ale myslím si, že to jsou lidé, kteří dospěli do bodu, kdy jim dává smysl připlatit si za kvalitu. Že si uvědomují, že chtějí, aby jim to oblečení vydrželo. Jsou to často uvědomělejší starší ženy ve věku nad 30 let, které už ví, co chtějí a nechce se jim třeba tolik prohrabávat škendry, takže k nám jdou na jistotu.



Il tuo spazio
di lavoro è il tuo spazio di vita.
Il tuo spazio è il tuo spazio di vita.
Il tuo spazio è il tuo spazio di vita.

Il tuo spazio
di lavoro è il tuo spazio di vita.
Il tuo spazio è il tuo spazio di vita.
Il tuo spazio è il tuo spazio di vita.

SLEVA

Vnímáte nárůst popularity secondhandů?

Ano, ale to už delší dobu.

Kdy a proč to začalo? Je to trend?

Těch milníku je strašně moc. První přišel po revoluci, když máma otevírala sekáč, protože do té doby nebylo vůbec nic, takže to byl první boom sekáčů. My když jsme začínaly, tak na Letné byly tři sekáče, teď jich je mnohem víc. Daleko víc lidí se módě věnuje, ty lidi to baví a asi to chtějí nějak předávat dál. Ale asi je to i nějaký trend, že je to udržitelné. Možná lidem začíná připadat špatné chodit nakupovat do těch velkých řetězců nebo kombinují nákupy v řetězcích s nákupy z druhé ruky. Ale pro mladší generace už nejsou tyto velké firmy tolik zajímavé. Mnohem větší zájem o ně byl po revoluci, když představovaly na trhu něco nového.

Může nákup v sekáči být neudržitelný?

Ano, pokud někdo nevidí neslyší a odnese si spoustu věcí, jenom protože je to zrovna levnější, a pak je nenosí, tak to má úplně stejný dopad. K nám se také dostávají věci z řetězců, my se tomu nevyhýbáme, pokud to odpovídá těm našim požadavkům na kvalitu a hodí se to do toho, co nabízíme. Zkrátka už to existuje a kdybychom se tomu záměrně vyhýbali, tak se zapojujeme do toho, o čem se tu celou dobu bavíme. Ale narážíme na problém, že když to ceníme, tak bychom tomu dali vyšší cenu, než když to bylo prodáváno nové. To je problém řetězců, že ty ceny jsou tak nízké, že zaměstnanci ve výrobním procesu za to nemohli být dostatečně zaplacení. Takže se řídíme třeba nějakou polovinou ceny, než když to bylo nové, ale to se zase už moc nevyplácí nám. Máme šest zaměstnanců, které platíme férově, musíme to vyprat, máme nájem na naši prádelnu a studio, musíme brát v potaz i náš čas při vybírání, různé opravy a úpravy. Přidáváme tomu hodnotu tou naší péčí, ale u některých produktů to tak nemůžeme nacenit.

Takže vnímáte, že řetězce své výrobky podceňují?

Určitě. Teda když se podívám na některé výtvoř, jak to vypadá a kolik to vydrží, tak ani ne. Ale když si vezmu kolik práce za tím je, kolik rukou na tom pracovalo a jak asi byly ohodnoceny. Ty poměry tady jsou úplně jiné, kdyby se to šilo u nás, tak ta částka bude o dost vyšší.

Vnímáte negativně, že se teď čím dál tím víc v sekáčích vyskytuje oblečení z fast fashion řetězců?

Vnímáme, protože pro nás je teď o to těžší najít kvalitní kousky. Už se to celé otočilo, těch řetězců je čím dál víc a produkují ohromné množství oblečení. Takže se to dostává do těch sekáčů a nám to ztěžuje výběr, protože hledáme ve větším množství. Ale naštěstí, jak jsem říkala, už máme na první pohled odhad, zda za to kousek stojí, nebo ne.

Lze nakupovat oblečení pouze z druhé ruky? (pomineme-li z hygienických důvodů spodní prádlo a ponožky)

Já myslím, že určitě jo, ale chápu, že to ne každému úplně stačí. Občas vidíte věc, kterou opravdu chcete, a jaká je šance, že ji najdete v sekáči? Já bych to neuměla, držet se zpátky a neudělat si radost. Když se mi něco líbí, třeba od nějakého návrháře, tak si to koupím, i když je to nové a není to něco, co bych vyloženě potřebovala.

Jak dlouho nad tím přemýšlíte, když si kupujete něco nového? Podléháte impulzivním nákupům?

Já jsem hodně impulzivní, kouknu, vidím, kupuju. Třeba i ten COS mě pořád drží, tam si ráda kupuju kalhoty, protože mi sedí, a nákup kalhot je pro mě vždycky problematický, takže to si dopřeju.

Jak se mění vnímání věci ze sekáče? V 90. letech je asi vnímali jinak, než třeba 10 let zpátky a než dnes.

Já si myslím, že už jsou tím lidé tak prosycení, že když to řeknete, tak to není vůbec nic divného. Přijde mi, že už se to trochu obrací v to, že jsou lidé překvapení, když to třeba ze sekáče není.

Nebylo to v 90. letech odlišné? Kdo tam nakupoval?

Mně přijde, že všichni, protože řetězce přišly až později. Ten trh se otevřel a ty věci byly jiné, než co tu do té doby bylo, takže to, že to je z druhé ruky, nikdo neřešil.

A nebyly někdy sekáče vnímány jako obchody pro slabší sociální skupiny?

Jo to určitě a myslím si, že to tak i pořád je. Já se koukám na slovenský seriál „Nákupní maniačky“ a tam je to používané pejorativně: „To vypadá jako ze sekáče.“ Řeknou to většinou na nějaký kus, co vypadá staře. Myslím si, že na různých místech se to vnímání liší, v Praze je to vnímání asi trochu jiné než třeba právě v Bratislavě. Ale já jsem taky v sociální bublině, kde se tyto věci vnímají jinak.

Proč název Malé černé?

To je pojem v módě. Jsou to zkratka jednoduché černé šaty a to je celé. S tím nápadem přišla mámina kamarádka a moc dlouho jsme nad tím nepřemýšlely. Tohle nám přišlo takové hezké. Pak, když jsme otevřely pánský obchod, už to jméno bylo zajeté, takže dávalo smysl s ním i pokračovat.

**NAKUPOVÁNÍ ŘÍZENÉ
NÍZKOU CENOU NIKDY
UDRŽITELNÉ NEBUDE.**



**JDE BÝT MINIMALISTA
A MILOVNÍK MÓDY
ZÁROVEŇ.**



Zaměřujete se na vintage oblečení, které ale často stojí stejně jako nové. V čem je lepší? Proč Vás baví?

My se nezaměřujeme jen na vintage oblečení, to si lidé často pletou. Vintage oblečení, tak jak ho vnímáme my, je opravdu z dekad minulého století. My se takovým kouskům nevyhýbáme, ale nestojí na tom naše nabídka. Naopak si myslím, že máme současné věci. Ale výhoda vintage kousků spočívá v tom, že jsou prověřené časem. Navíc všechny trendy se vrací. Ale my máme i současné oblečení, protože jdeme hlavně po materiálu, takže nám je jedno, jestli to bylo vyrobeno před rokem nebo dvaceti.

Máte dámský i pánský obchod, ale většina sekáčů má pouze malou pánskou sekci, čím to je? Nakupují muži v sekáčích méně?

Určitě ano, ale neřekla bych, že utrácí méně. Myslím si, že ženy to více baví a je to jejich koníček, takže do obchodů chodí daleko častěji. Přestože je nabídka pro muže poměrně dobrá, často i lepší než pro ženy, tak se na to nikdo moc nezaměřuje, možná jim to přijde riskantní, protože se může stát, že celý den nikdo nepřijde, ale pak přijde jeden pán a udělá vám stejnou tržbu, jako jste udělali v dámském obchodě za celý den. Ten přístup je úplně jiný, ženy chodí, koukají, zjišťují a často odejdou s prázdnou, ale ten pán přijde, protože většinou něco konkrétního potřebuje a je otevřený možnostem, takže když mu to sedí, tak si vezme patery kalhoty a odejde. Ta pánská móda je trochu kapitola sama o sobě. Ženy jsou samostatné, občas se na něco zeptají, ale mužům věnujeme 100% pozornost.

Potřebují asistenci?

No jasně, je samotné to totiž často nebaví, nevěří si ve svém výběru, tudíž jsou rádi, když jim někdo poradí. A potřebují jinou atmosféru, hezké prostředí, musí se v tom obchodě cítit dobře, protože nakupování není něco, při čem se cítí komfortně. Hodně generalizují, není to tak úplně u všech, ale v obecné rovině ten rozdíl vnímám.

Takže se vám vyplatí mít pánský obchod?

Ano a hlavně mě osobně i v korporátech, kde jsem dělala, vždycky ta pánská sekce bavila víc. Takže já jsem maličko trpěla, když jsme pro pány měli jen maličký štendr a spoustu věcí nám leželo ve skladu. Ale nemohli jsme z poloviny obchodu udělat pánské oddělení, když představují třeba 10 % našich zákazníků. Takže když jsme našli tenhle prostor, který je minutu od dámského obchodu, tak to byla jasná volba.

Mladí lidé jsou nákupu v sekáčích hodně naklonění, naopak u starších generací je to ještě často faux pas. Čím to je?

Připadá mi, že starší lidé, třeba generace rodičů mojí mámy, nerozumí tomu, proč by to mělo stát tolik, když to není nové. Je to použité, mělo by to být levné. Tolik se toho změnilo od doby, kdy dospívali a to oblečení třeba více řešili, sami si šili nebo měli věci po někom, že ten koncept je pro ně nepochopitelný. Ale máme zákaznice, kterým je třeba kolem 70 let a milují to u nás natolik, že chodí i na naše akce, které pořádáme, jako narozeniny a podobně, což je hrozně hezké.

A proč jsou tomu mladí naopak tolik naklonění?

Asi je to nějaký trend. I to, že se hodně nosí otrhané pytlovité věci, ve kterých je člověk takový schovaný a není to třeba ani vyloženě dámské. V těch obchodech to tolik nenajdete, protože se to tam nehodí. Ta móda třeba z 90. let se vrací a v těch sekáčích ji najdete. Ale je to i o vyhrabávání pokladů a hledání autentických věcí. A také jsou mladí lidé dnes ve svém oblékání mnohem odvážnější. Ale pak se z toho pomalu stává mainstream, což mám pocit, že už se stalo, takže jsou pak všichni odlišní stejně. Ale ta cesta mi přijde správná.

Co by se muselo změnit, aby lidé začali dávat přednost udržitelné módě?

Já myslím, že to chce čas, že k tomu každý musí dojít sám. Neumím si představit, že by se stalo něco a najednou by všichni byli zajedno. Spíš nástupem nové generace se to pomalu bude zlepšovat, až nakonec všechny firmy modelu rychlé produkce, jako i třeba fast foody, přestanou být zajímavé.



KAŽDÝ
K TOMU
MUSÍ DOJÍT
SÁM.



MARTINA FEITOVÁ

RECYCLE STORE

Recycle Store je projekt Martiny Feitové, který se zabývá upcyklací oblečení a materiálů. Martina přešívá staré oblečení a dělá z něj nové originální kousky, plete, háčkuje a tvoří to, co jí zrovna baví. Útulný malý obchůdek se nachází v Praze na Letné a Martinu zde můžete navštívit každý čtvrtek, zbylé dny vyrábí nové věci a stará se o své dvě dcery. Upcyklace nejen využívá již existující materiály, ale zároveň jim přidává hodnotu a v tom spočívá její hlavní výhoda oproti klasické recyklaci.

Co pro vás znamená udržitelná móda?

No, to je taková jednoduchá otázka, ale odpovědí je, že nevím, jestli udržitelnost existuje. Já si myslím, že svým způsobem neexistuje, že je to takový nový výraz, který se teďka hodně používá. Nejlepší je prostě vůbec nenakupovat, protože je tady už spousta materiálu. Já nevím, jestli je něco jako udržitelná móda.

Tak co je pro vás udržitelnější móda?

Bavilo by mě, kdyby lidé začali víc používat přírodní materiály. V tom vidím velkou budoucnost, protože když vytvoříte něco z přírodních materiálů, tak to spálíte a nic po tom nezůstane. Velký problém jsou umělé materiály. Udržitelnější je to, když přemýšlíme šetrněji a vracíme se zpátky k nějaké přirozenosti, jak ve zpracování, tak ve využívání těch materiálů. To mi přijde udržitelnější.

Jaká byla vaše cesta k udržitelnosti?

Pořád se učím. Nejsem ten typ člověka, co by šel nějakými extrémy, což mi přijde, že lidé někdy dělají, buď se bojí si koupit rifle, a nebo naopak si jich koupí deset za měsíc. Takže moje cesta je pořád takové objevování – přes secondhandy, vlastní projekty a to, že jsem pak začala sama vytvářet věci, po to že se teďka učím s těmi materiály. Pořád mi toho mnoho dochází. Není to, že by si to člověk jednou uvědomil, a tak to bylo. Ta cesta je delší, než jsem si třeba já osobně myslela. Není to jenom o tom, že něco předěláváte, ale pořád zjistíte, jak funguje jaký materiál, že se mění styly, měníte se vy, že nakupovat v sekáčích taky není úplně udržitelná cesta, že těch úskalí je tam poměrně hodně.

Jak dlouho vám v průměru vydrží jeden kus oblečení?

Mám tady třeba šálu, která sice už vypadá docela jetě, ale strašně ji miluju. Mám ji třeba pět let, je to taková osmdesátková vlněná šála a mám ji moc ráda, protože je hrozně praktická. Takže já mám ráda věci, které mi vydrží dlouho, protože k nim mám vztah. A zjišťuju, že to je hrozně důležité, ten způsob jakým nakupujete. Já mám ráda méně věcí. Nejsem sběratelka, i když bych mohla být a někdy mě mrzí, že jsem některé kousky prodala a dala pryč, ale myslím si, že kapsulový šatník s různými obměnami je lepší, než být zahromaděný oblečením. Pak vám ty věci možná vydrží déle, protože k nim máte tu vazbu. Nebo se snažím dělat to, že mám na určité období tři outfity, které ráda nosím, a ty střídám, což je pak pro mě mnohem jednodušší, a pak zase najdu tři nové. Takže jak dlouho mi vydrží jeden kus oblečení, je hrozně těžké říct. Asi se snažím mít věci dlouho, ale každý kus je specifický a hrozně záleží na materiálu. Když máte něco z vlny, tak to občas nemusí dlouho vydržet, může se vám udělat dírka nebo přijít mol, musíte to umět odžmolkovat, takže když máte něco vlněného přírodního, tak prostě záleží, jak se o to staráte. Naopak můžete mít něco z polyesteru, co vám vydrží deset let, ale je to umělohmotné a třeba po čase zjistíte, že vám to nedělá dobře na pokožku. To je takové úskalí těch materiálů.

Jaký kus víte, že máte v šatníku nejdéle?

Mám tam třeba halenku, takovou krajkovou po mámě, takže to bude asi jedna z nejstarších věcí. Pořád mám stejné kabáty a kožichy. Nevím, jestli tam mám vyloženě něco třeba deset let, to je hrozně dlouhá doba, ale možná jo, možná už to tak uteklo, že jsem si toho ani nevšimla. Kalhoty na lyže, ty moc nenosím, tak ty mám dlouho. (Smích)

Kdy jste poprvé slyšela o upcyclaci?

Lubica Skalská, sestra otce mého prvního dítěte, tady dělala upcycling, takže její věci jsem prodávala. Pak i Kristýna Jakoby Javůrková u mě měla upcyklované denimové batohy, než si otevřela obchod.

Lu Skřivánková, moje kamarádka, taky předělávala denimové věci.

Takže já jsem ze začátku takhle spolupracovala s pár lidma, a pak mě to inspirovalo a začala jsem taky vytvářet různé věci. Ale asi jsem to úplně nenazývala upcycling, spíš remade. Pak se z toho stal hit a pojem upcycling se dostal do povědomí lidí.

Jaký byl první kousek oblečení, co jste kdy upcyklovala?

Já jsem teďka nedávno mazala příspěvky na Instagramu, tak jsem se koukala, co jsem vlastně dřív dělala, třeba takové jednoduché trička/tílka, na které jsem našila kus jiné látky, třeba kůže nebo denimu. Pak jsem dělala takové košilové šaty, ke kterým jsem se teď vrátila, protože mi je jedna zákaznice připomněla. Takže momentálně i dost recykluji své staré nápady.

Vy jste svůj projekt rozjela na mateřské, bylo těžké zkombinovat péči o dítě s novým projektem nebo naopak máte pocit, že nebýt mateřské byste se k tomu nedostala?

Spíš to druhé. Já si pamatuju, že jsem v Praze byla třeba rok, měla jsem tu zaměstnání, potkala jsem tátu svého prvního dítěte a začala jsem prodávat věci přes blešáky. Měla jsem to jako takové hobby, hrozně mě to bavilo a říkala jsem si: „Kéž bych mohla skončit v práci a dělat to pořádně. Kdybych otěhotněla, bylo by to nejlepší.“ A pak se mi to fakt stalo. Někdy mi přijde, že se zbytečně omezujeme, bojíme se věcí, které neexistují, a neuvědomujeme si, jaké máme ty možnosti. Takže to mateřství mi určitě k tomu pomohlo.

Ale dceři bylo osm měsíců, když jsem obchod otevřela, a po otvírače jsem tu seděla a říkala si: „Ježišmarja, já tady teďka budu muset furt sedět s tím dítětem. To je divný, jak to jako budu dělat?“ Teď to zpětně vlastně nechápu. Na druhou stranu jsem za to vděčná, protože s druhým dítětem mám otevřeno jenom jeden den v týdnu a cítím větší tlak a odtažení od té společnosti jako máma. Dřív jsem díky tomu byla hodně součástí. Má to prostě své výhody a nevýhody. Jsem hrozně ráda, že jsem to takhle všechno mohla mít, ale už nemám takový mužský drive, cítím se víc v ženské energii. Víím, že člověk nemusí věci tak tlačit a že je to někdy lepší. To mateřství vás učí a v kombinaci s obchůdkem se na něm často zrcadlí moje životní etapy.

Čemu jste se věnovala předtím?

Různě, pracovala jsem na horách, byla jsem v Anglii, měla jsem to takové hodně různorodé. Odmaturovala jsem na gymplu se samýma jedničkama a začala jsem v Olomouci studovat žurnalistiku ještě v kombinaci s čínskou filologií, ale pak jsem odešla z domu, takže jsem se na to vykašlala. Myslím si, že jsem byla vždycky tak všeobecně talentovaná, ale neměla jsem přesně dané jak. Teď jsem v takovém věku, že když za mnou přijdou mladé holky, že neví co se sebou, tak se je snažím motivovat, že je to v pořádku. Je na nás vyvíjen tlak, že musíme přesně znát tu svou cestu, ale mě by nikdy nenapadlo, že tady budu takhle ve svém obchůdku sedět a povídat si o tom, co dělám. To člověk neví. Proto mě baví životopisy, tam vidíte, že určité věci pak dávají jako celek smysl. Není třeba si myslet, že jsem na špatné cestě – ne já jsem tam, kde mám být. Ze všech těch různých věcí, co jsem dělala, i když jsem byla třeba nějaká asistentka nebo recepční, tak mám pocit, že z nich stejně dodnes občas čerpám. Kdyby nebylo těch zkušeností, tak ani nevím, že mám tu cílevědomost jít dál a objevovat ty cesty.



UPCYKLACE JE HODNĚ O PŘÍTOMNÉM OKAMŽIKU.



Udržitelné módě se často taky říká pomalá, protože zodpovědně se nedá produkovat tak rychle a v takovém množství, jako to dělají fast-fashion řetězce. Jak to máte vy, stiháte pokrýt poptávku?

Mám paní Alu, která mi teď pomáhá a plete věci na stroji, ale je pravda, že někdy mám trochu pocit, že se asi uháčkiju. Lidem se ty věci líbí, za což jsem vděčná. Spíš mi dochází, že se musím naučit zvyšovat tu cenu, protože to je něco, co neumím. Chci aby ta móda byla dostupná, ale cítím, že ceny jdou teď nahoru, takže i já se tomu musím přizpůsobovat a trošku se to učím. A zároveň se snažím pořád zvyšovat kvalitu, takže je to takové nekonečné dilema. Když tvoříte věci, tak si uvědomujete ten svůj čas a chcete být oceněný. Je potřeba, aby to přinášelo větší zisk, protože jste do toho investovali hodně času a úsilí, ale někdy to můžete přepísknout a změní se vám třeba i klientela. Když zvednete ceny, tak budou chodit jiní lidé. Poptávku zatím stíháme pokrýt, ale třeba teď jsem dělala topy z denimu a ty zmizely hned. Někdy je pro mě těžké šít pořád dokola to stejné, nebaví mě šít jednu věc desetkrát. Dřív jsem měla švadlenku, ale tímhle stylem už to dělat nechci. Když vyrábíte víc věcí, tak pak potřebujete toho dalšího člověka, na kterého ale i vyděláváte. Což jsem si uvědomila, že nechci, protože je to větší starost a není to vždycky finančně výhodné. Takže spíš vidím tu cestu v tom, že pomalou módu budu tvořit já, pomalu. Ale myslím si, že se lidem ty věci líbí, takže by se dalo říct, že nestíhám.

Takže vám vyhovuje dělat spíš jednotlivé originální kousky než, že byste třeba měla větší zakázku deadstock materiálu a dělala více stejných?

Tohle určitě nedělám. Některé modely se snažím vyrobit víckrát, což mi přijde fajn, že si zákazník pak může zkusit různé varianty. Teď bych chtěla začít dělat opravdu kolekci a přála bych si, aby byla taková osobnější. Stále hledám tu cestu, jak to dělat a prezentovat.

Vždycky sem přijdu, něco ušiju, doma něco uháčkiju a bylo by pro mě těžké čekat půl roku, než bych to dala ven. Ten proces trvá nějakou dobu a já to vždycky dám rovnou sem. Dělam spíš originálnější kousky. S těmito materiály to tak je, nejde udělat padesát stejných kusů, v tom je ta složitost. Možná to vypadá jednoduše – jdete do sekáče, něco tam vyberete a něco z toho uděláte, ale v realitě to není tak snadné. Dneska mi třeba přišel denim z Textile Mountain, to je projekt, který posílá dál nevyužitý materiály, tak to je třeba materiál, který mám teď znovu, což jsem ráda, protože se s ním hezky pracuje, ale taky vím, že ten denim tam nebude navždycky. Takže je to tak, že teď z toho něco vytvořím, ale potom už to nepůjde. Upcyklace je hodně o přítomném okamžiku.

Odkud tedy berete kousky, které předěláváte, a látky a materiály, ze kterých vyrábíte?

Mám pár svých oblíbených second handů. Měla jsem období, kdy jsem tady měla vyloženě vintage oblečení. Dřív jsem tam jezdila na ty úlovky, nebo jsem vyráběla z povlečení, teď víc hledám třeba oversized košile. Někdy mi nabízí lidi svoje oblečení, ale to bohužel odmítám, i když je to pro mě těžký, protože by se mi líbilo mít koncept, že vezmete od někoho oblečení a uděláte mu z něj nový šatník, ale to je nereálné pro tolik lidí. A hlavně by to musela být nějaká babička, protože mladý lidi mají hrozně moc umělohmotných materiálů, oblečení z fast-fashion řetězců a z toho se špatně tvoří. A to vlastně vidím i v těch sekáčích, že je tam dnes už často dost nepoužitelných materiálů. Já jsem teďka například aplikovala záclonu na košile, ale udělala jsem to tak, aby to bylo nositelný, je to líbivý, ale je to blbý materiál a nebudete to nosit denně, protože je to umělé. Takže spousta materiálů je v tomhle prostě složitá.



NIKDY BY MĚ
NENAPADLO,
ŽE TADY
BUDU TAKHLE
VE SVÉM
OBCHŮDKU
SEDĚT
A POVÍDAT SI
O TOM,
CO DĚLÁM.



Jaké materiály nebo kousky preferujete?

Co mám ráda jsou blazery, protože jsou hrozně nadčasové a z kvalitních materiálů, takže z toho dělám různé sety nebo na ně jenom udělám nějakou výšivku, to mě baví. Pak mám ráda košile, i když vidím, že místo širokých, které používám, začínají být v sekáčích spíš ty úzké z nultých let. Materiál mám ráda vlnu. Dřív jsem ji nacházela v sekáčích, ale tam už jí potom nebylo dost, takže jsem si našla, kde má velkoobchod ten second-hand, a přímo od nich si objednávám pytle, které jsou plné různých druhů a materiálů, ze kterých pak háčkuju nebo pletu. To mám taky ráda. Docela mě překvapuje, kolik je tam kvalitní vlny. A někdy, když zkombinujete polyester s vlnou, tak to funguje taky. Mám ráda i klasické trička, ale hlavně denim mě baví, protože je taky takový nadčasový a kvalitní.

Co je časově nejnáročnější kousek ve vaší nabídce?

Asi pořád pletené svetry, protože ty dělám několik dní. Vždycky se lidi ptají, jak dlouho to dělám, což je strašně těžká otázka, když máte dvě děti, i když ve střídavé péči. Tomu druhému teď budou dva roky, a občas si připadám jako blázen – možná by doma bylo víc uklizeno, kdybych tolik neháčkovala. Takže ono to může vypadat, že když mám otevřeno jenom ve čtvrtek, že zase tolik nepracuju, ale doma pořád háčkuju a něco vytvářím.

Hodně vašich produktů je háčkovaných nebo pletených, což je v současnosti docela populární, do jaké míry se řídíte trendy?

Já jsem se stala součástí toho trendu asi docela neplánovaně, protože jsem tu jednou měla kolovrátek a holčinu s přízí z různých materiálů, což se mi líbilo, protože to bylo něco nového a zase jsem se něco přiučila. A potom jsem sem měla pozvané přes Elpida pro seniory babičky, ale byl covid a ony to na poslední chvíli odřekly. Ale jedna babička přišla, protože se k ní nedostalo, že je to zrušené, a naučila mě háčkovat.

Bylo to hodně inspirativní, i jsme se tu spolu vyfotily, ona pletla a já háčkovala. To mě ještě tak víc nakoplo a od té doby jsem se tomu začala věnovat. Nevím, kdy ten trend přestane být trendem, protože to jsou vždycky takové vlny. Mě to pořád baví, myslím si, že lidé vždy nosili svetry, takže dokud to bude z kvalitních materiálů, tak tu ten zájem zůstane. Já osobně dělám takový trochu surový styl, že kašlu na ty nitky a dělám to tak lehce nedbale. Ale chtěla bych začít vytvářet nové věci, protože mi přijde, že už se to začíná opakovat. Takže teďka mám chuť začít tvořit trochu něco jiného, čistšího. Jenže to je těžké, když máte takhle diverzní ten materiál. Přijde mi, že ten současný trend je o tom, že se lidi vrací k ruční výrobě, která je v nás nějak zakořeněná. To možná zní nefeministicky, ale myslím si, že jak ženy, tak muži mají předpoklad něco vytvářet rukama.

V starším rozhovoru pro Redbull zmiňujete, že neumíte šít precizně, a nazýváte svůj šicí styl trash-made, když se podívám na vaše výrobky, tak mám pocit, že se z toho stal váš osobitý styl, je to tak?

Určitě jo. Ale mám pocit, že jsem se docela uhladila. Trochu se mi zdá, že se ten „trash“ stal mainstreamem, protože velké značky začaly kopírovat umělce a malé značky, jelikož viděli, že lidi to chtějí. Já jsem třeba savovala trička a moje dcera vždycky, když viděla někoho v savovaném tričku, říkala: „Maminko, to je od tebe.“ Tak jsem jí musela vysvětlit, že ne, že to už dneska dělá každý. Jeden čas jsem přemýšlela, že bych chtěla dělat minimalističtější věci, protože jsem dělala docela punk a svému chlapovi jsem říkala, že bych to období nejradši smazala. On mi na to odpověděl, že Vivienne Westwood to měla taky a že je přece super, že se nějak vyvíjím.

Pak když Vivienne Westwood zemřela, tak jsem na základě toho mého příběhu a toho, že to Veronika Ruppert doporučila, byla v reportáži na ČT Art právě k tématu Vivienne Westwood. Takže jsem si uvědomila, že když to člověk vidí u někoho jiného, tak mu to přijde wow, a že je těžké ten svůj příběh uznat a říct si: „Ne ten můj příběh je vlastně dobrý tak jak je.“

Když umím pouze základy šití, znamená to, že mohu vytvořit nějaké nositelné kousky?

Já si myslím, že když to děláte pro sebe, tak vám tolik nevádí, když je tam nějaký kaz. Já jsem třeba vždycky překvapená, když jdu v Berlíně do Voo Store a vidím, jak tam jsou některé kousky ušité. Když jsem tam byla poprvé, tak jsem se sama sebe ptala, co vlastně řeším, když oni to tam prodávají za takové peníze, i když ta kvalita není taková. Přijde mi, že lidi často chtějí víc ten look, než tu kvalitu, ne všichni, hlavně lidé, kteří jdou jenom po těch trendech. Pak jsou samozřejmě lidi, kteří si udržují ten šatník a jdou po té kvalitě. Ale když si chce někdo ušít jenom něco pro sebe, tak hodně záleží na osobnosti. Někdo by chtěl mít ty věci precizní a bude pro něj těžké hned od začátku toho dosáhnout. A někdo si něco ušije a má radost, že něco vytvořil, a nehledí na ty detaily. Takže to taky hraje roli, jak vnímáte ten svůj výtvar.

Jak začít upcyklovat, co jsou takové projekty pro začátečníky?

První upcyclace je, že vyhodíte to, co nenosíte. Tím můžete dát nový život spoustě věcem, když je někomu darujete, nebo je swapujete. Potom hrozně záleží na vkusu člověka. Já mám pocit, že si lidé myslí, že by měli něco upcyklovat, ale musíte se sami sebe zeptat, proč to chcete dělat. U mého šatníku vnímám, že občas stačí, když vezmu starou věc a najdu nový způsob, jak ji nosit. To už je jako kdyby upcyclace stylingu. To může udělat mnohem víc, než si něco kupovat nebo to složitě přetvářet.

Projekt pro začátečníky můžete být, že si na staré oblečení něco vyšijete, to mi přijde docela jednoduché. Když máte hodně riflí, můžete je nastříhat na čtverečky, různě je posešívát a udělat z toho třeba různé objekty do bytu, nemusí to být jenom oblečení. Denim má doma skoro každý a dá se s ním docela dobře pracovat. Můžete poskládat čtverečky a udělat třeba plátěnku nebo něco, ale musíte k tomu mít šicí stroj. Jestli si chcete něco jenom obzvláštnit, tak si na to můžete něco vyšít.

Koncept upcyclace nás občas může nutit koupit si věci, které se nám třeba úplně nelíbí nebo nám pořádně nesedí, s myšlenkou, že je předěláme. Má smysl kupovat si takové kousky oblečení, nebo bychom se spíš měli snažit obnovit svůj vlastní šatník?

To je strašně těžké, protože vybudovat šatník opravdu dlouho trvá, pokud tak dlouhodobě nepřemýšlíte nebo tak nejste vychovaní. Je to určitá cesta, kterou musíte vytvořit, abyste mohli říct, že je lepší nosit to, co máte. Ale nemyslím si, že každý to tak má. Nemyslím si, že upcyclace je cesta, jak máme všechno vyrábět, je to dobrý způsob, jak pracovat s tím, co tady máme, ale věci se budou dál vyrábět a měli bychom se zaměřit na to, jak je vyrábíme, protože my tady mluvíme o upcyclaci a udržitelnosti, ale pořád se vyrábí strašně moc oblečení, které je z nekvalitního materiálu a které tady způsobuje odpad, takže my tady předěláváme něco, co tady je, ale to není úplné řešení. Firmy a vlády musí dělat ty změny a my na mě musíme tlačit. To jaký máte šatník vy, je svým způsobem jedno, pokud nenakupujete ve velkém množství ve fast-fashion obchodech. Je zajímavé se nad tou otázkou zamýšlet, ale já moc nedokážu říct, co je lepší nebo horší. To je asi na každém. Možná bych měla tu upcyclaci víc propagovat, ale pořád si uvědomuji, že ty věci jsou složitější, nedělám jednoduché bavlněné tričko nebo klasické kalhoty, ani takové věci, které si myslím, že jsou základem šatníku a měli bychom je v něm mít. Svetrové šaty jsou super, ale nenosíte je celoročně. Přijde mi důležité se podívat na to, jak ty věci vyrábíme a jaké si kupujeme.

Jestli máte v šatníku jenom trendy věci, tak je to docela problém, protože s takovým šatníkem se blbě pracuje, dá se z toho něco vyrobit, ale bude to o dost složitější. Musíte si kupovat věci, tak nějak postupně, aby tam byly ty základy, které pak můžete obměňovat třeba právě tím, že si pak koupíte upcycled šaty k tomu. Ten základ by měl být z kvalitních organických materiálů, což může být hodně drahé, ale dává to smysl. Ono to má být drahé, ne protože si na tom má někdo vydělat, ale protože ty kvalitní a šetrnější materiály jsou dražší a výroba, která bere ohled na přírodu, trvá déle.

Že ten globální trh nastavil ty ceny tak nízko, že lidé, kteří se to snaží dělat zodpovědně, nemají šanci tomu konkurovat?

Ano, ale zároveň se ta zelená vlna často využívá. Já si myslím, že největší smysl dává, když nakupujete přímo od lidí, co něco vytváří, protože ten přeprodej to taky hodně zdražuje. Ne že bych byla proti obchůdkům, které takhle přeproductávají věci. Je hezký, že to dávají ven a lidi se k tomu mohou dostat, ale ty ceny jsou vyšší. A aby to bylo zodpovědné, nesmí se ta móda stát exkluzivitou jenom pro určité lidi. Proto si myslím, že je lepší to kupovat od těch lidí, co to přímo vytvářejí.

Je podle vás lepší darovat oblečení dál než upcyklovat, protože co když se nám projekt nezdaří a my tak zničme oblečení, které mohl ještě někdo jiný nosit?

Jestli to chce někdo zkusit, tak ať to určitě zkusí, ale celkově je asi lepší to darovat, pokud se tomu nevěnujete nebo nemáte doma šicí stroj. Třeba swapy mi pořád přijdou jako skvělá věc, protože to, co vy nechcete, může chtít někdo jiný. Já jsem přemýšlela, že bych tu udělala swap s dětským oblečením, ale ještě jsem to nezkusila.



**OBČAS STAČÍ,
KDYŽ VEZMU
STAROU VĚC A
NAJDU NOVÝ
ZPŮSOB, JAK JI
NOSIT.**

Ve tady ve svém obchůdku pořádáte čas od času různé akce, můžete nám přiblížit jaké?

Teďka jsem tu po čase měla Báru Gábovou, to byla taková akce Warm me up and Eat me up i s jídlem. Vytvořila takovou instalaci, která byla i k snědku, a já jsem tu k tomu měla takovou mini kolekci háčkovaných věcí, to bylo moc fajn. Taky jsem tu měla kamarádku, co má projekt Super antik, takže tady měla různé vintage předměty. To byl takový předvánoční pop-up se svařáčkem. Jednou za čas mě to baví, je fajn potkat ty lidi a přijde mi dobré to skloubit s nějakou kolekcí. Spíš jde o to, jestli se mi podaří něco vytvořit. Ale je dobré na sebe vytvářet tlak. Mám pocit, že jsem na sebe jeden čas byla hodně přísná, pak jsem chvíli byla v takovém přílišném vakuu. Teď mi přijde důležité si dát vždycky nějaký cíl a někam směřovat, ale nebýt v permanentním stresu.

Propagujete se kromě sociálních sítí ještě někde jinde? Na nějakých marketech nebo trzích?

Ne. Teď se mě na to ptala kamarádka, proč to vlastně nedělám. Možná by bylo fajn někam jít a vydělat nějakou větší částku za tři dny. Já jsem tohle zažila, protože jsem je dřív i pořádala, ale je za tím strašně moc práce a času. Teďka mám tady ten obchůdek a takhle mi to vyhovuje. Není moc lidí, co tvoří a mají i svůj vlastní obchod. Jelikož stále jedu one woman show, tak cítím, že té práce, co nestíhám, je dost, takže se těch akcí neúčastním.

Jaké máte se značkou plány do budoucna?

Teď v lednu to bude devět let, co mám obchůdek, a nikdy mě nenapadlo ho zavřít, ale často jsem přemýšlela o té mé tvorbě, jestli je to dobré. Určitě je důležité mít vizi. Vždycky, když jsem si něco řekla, tak se mi to vydařilo. Takže ta vize je důležitá, protože se ty věci doopravdy dějí. Je lepší si to psát, a pak vás to jako kdyby samo navádí.

Teď bych třeba chtěla dělat ty osobitější kolekce. Přemýšlela jsem nad tím, kam se to dá posunout, a nechci to dělat větší objemově, ale chtěla bych to dělat kvalitnější a zajímavější. Takže teď plánuji udělat osobitější kolekci, kterou bych možná i natočila a nafotila na sobě, protože mi přijde, že si občas nedokážu přiznat, že je to o mně. Je to tak osobité, že o nikom jiném to být nemůže.

Co by se podle vás muselo změnit, aby lidé začali dávat přednost udržitelné módě?

Já si myslím, že kde je zakopaný pes, je sebeláska. Když se mám ráda, tak nepotřebuji někam rychle utíkat a něco si kupovat, abych byla výrazná, protože když se mám ráda, tak se chci cítit dobře, mít na sobě kvalitní materiály, vnímat, co mám v šatníku, nespěchám na ty věci, chci aby se i ostatní lidi měli dobře, protože já se mám dobře, takže dokážu přát i ostatním. Když se mám ráda, tak chci žít v příjemném a zdravém prostředí obklopena dobrými věcmi. Tak to je, a měli bychom tak vychovávat tu další generaci, ty děti to vnímají. Ale je to běh na dlouhou trať. Někdy mi přijde, že přestože se lidi oblékají zajímavě, je to bez osobnosti. Obzvláště když si na sebe vezmete deset věcí, co jsou trendy. Ale s Instagramem a TikTokem je to těžké, protože lidé jsou tím hodně ovlivněni. Možná kdybychom to všechno vypnuli a ještě dali pryč zrcadla, tak bychom to nemuseli tolik řešit a mohli bychom se jenom cítit hezky. Někdy se cítím dobře, a pak se podívám do zrcadla a řeknu si: „No to jsem si myslela, že vypadám trochu líp.“ Ale uvědomila jsem si, že na tom nezáleží a neměli bychom být tak povrchní. Měli bychom být napojení víc na sebe, uvědomit si, že jsme perfektní, tak jak jsme, a dělat si ten svůj svět hezký. Proč nakupujeme fast-fashion? Protože si myslíme, že budeme mít něco víc, vytváříme si určitou iluzi. Proč chceme nějakou věc? Protože to někdo na někom nafotil a my to teď chceme, ale proč to vlastně chceme? Musíme si přiznat úplnou pravdu, že se chceme líbit.



**KDE JE
ZAKOPANÝ
PES, JE
SEBELÁSKA.**

**MYSLÍME SI, ŽE BUDEME MÍT NĚCO
VÍC, VYTVÁŘÍME SI URČITOU ILUZI.
MUSÍME SI PŘIZNAT ÚPLNOU PRAVDU,
ŽE SE CHCEME LÍBIT.**



LENKA BAAROVÁ

TEXTILE MOUNTAIN

Textile Mountain je udržitelná alternativa textilních galanterií, můžete si zde zakoupit pouze materiály z nevyužitých skladových zásob výrobních firem, studií a jednotlivců. Díky tomu se využijí i látky a materiály, které by jinak skončily na skládce nebo ve spalovně. Za projektem stojí Lenka Baarová, se kterou jsme si povídali o tom, jak se k módě a udržitelnost dostala intuitivně, jaký vliv na její práci mělo studium na UMPRUM nebo zda se takové malé podnikání ekonomicky vyplatí.

Co pro vás znamená udržitelná móda?

Pro mě osobně to znamená primárně nosit, co už člověk má, protože všichni něco mají. A za druhé, přemýšlet nad tím, odkud to pochází, hledat v první řadě to, co už tu je – může to být materiál nebo hotové oblečení. A pak až, když to nenajdeme z nějakých použitých zdrojů, si to koupit nové a nosit to až do roztrhání. A ještě důležitý fakt je pro mě nepodléhat trendům.

Vy jste studovala na UMPRUM, můžu se zeptat, jaký obor přesně?

Já jsem tam začínala na malbě u Jiřího Černického, potom jsem šla na stáž k Liběně Rochové na design oděvu a obuvi a u ní jsem už zůstala, takže jsem v tom oboru i diplomovala.

Proč zrovna tato volba, jak a kdy jste se o módu začala zajímat?

Od dětství jsem se pohybovala v prostředí, kde někdo šil. Děda byl opravář šicích strojů, babička dělala šičku v Pleasu na Vysočině a druhá babička vystudovala helenínskou školu, kde taky šila a vlastně potom i pletla, takže asi to pro mě bylo přirozené. Dědovi jsem se, když opravoval, vždycky pletla pod ruku a šili jsme spolu oblečení na panenky, takže ty počátky bych možná viděla v tom. Ale pamatuju si, že i třeba na základce a na střední mě bavilo chodit do sekáčů a objevovat tam kousky. Ale nikdy mi nedošlo, že mě to tak baví, brala jsem to jako součást svého života, nikdy jsem nechtěla být návrhářka, a pak se to nějak stalo.

Učila vás škola o udržitelnosti?

V té době, kdy jsem tam byla já, což už je skoro deset let, to nikdo moc neřešil. A spíš jsem v tu chvíli i na té Umprumce byla jednou z mála, co to řeší. Ale to bylo taky, že jsem to řešila po svém a moc jsem si neuvědomovala, že řeším nějakou udržitelnost. Přišlo to ke mně tak přirozeně, třeba když jsme měli klauzury nebo jsem měla něco ušít, tak jsem hledala už vyrobené materiály, právě i v sekáčích, ze kterých by to šlo, a zajímaly mě i takové témata jako opak trendů.

Jak vám škola ve vaší profesní dráze pomohla?

Určitě hodně. Já vděčím tomu, že tam je člověk v kontaktu s lidmi z oboru a že se do teď vlastně všichni známe, protože Praha, ale i Česká republika je malá, takže ta škola je na kontakty úplně super. V ateliéru jsme si všichni pomáhali, bylo to hrozně soudržné a učili jsme se vlastně i od sebe. Ale zároveň byla hrozně důležitá i profesionalita, když zmíním třeba Liběnu, tak ta nám nikdy nic neodpustila. A pak podhoubí o dějinách umění, protože bez toho se podle mě nejde odpíchnout.

Takže i lidé, se kterými jste studovala, u vás nakupují látky?

Jo taky. Zrovna po tomto rozhovoru si přijde vyzvednout látku Kája Juříková, která je z Overall office na Letný, takže jo, nakupují.

Proč vůbec existuje deadstock, nemělo by se množství látek vyrábět na míru?

Mělo, ale neděje se to, protože vždycky bude nabídka větší než poptávka, aby lidé měli z čeho vybírat. A pak ještě vznikají kazové věci, nevhodné velikosti a něco se neprodá, protože je složité tu poptávku odhadnout, ale proto by to mělo být zakázkové.

Kde vzniká nejvíce textilního odpadu?

Já si myslím, že průřezem celého odvětví všude, kde se něco vyrábí – od výroby metráže, jak při šití oblečení, tak i v průmyslové výrobě. Všude zbytky vznikají a to množství je obrovské.

Takže spíše ve velkovýrobě?

Určitě, řetězce, velkovýroby, továrny, protože tam se bavíme o tisících tun, to množství je opravdu nepředstavitelné, jak v republikovém měřítku, tak globálním, je to strašné. Bavila jsem se Zuzkou Gombošovou, která má Malai materiál, veganskou kůži, kterou vyrábí v Indii. A ona se dříve věnovala tady těm datům, a když mi o tom říkala, tak mi to přišlo naprosto strašné. Navíc jak se pohybuje v Indii, ale i v Číně a různě v Asii, tak má srovnání. My si tady myslíme, že máme nějaké přebytky a je toho fakt hodně, ale tam je to množství odpadu ještě mnohonásobně horší. A pak tam je ještě aspekt toho, že když se ty materiály barví nebo nějak upravují, tak se tam používá strašně moc chemikálií, vody a těžkých kovů, takže i v tom je to problémové.

Že to pak znečišťuje životní prostředí? A obzvláště ne tolik tady u nás, ale v zemích, kde se to vyrábí?

V Evropě už máme hodně věcí hlídaných, jsou na to zákony a snažíme se to nějak regulovat. Tam trochu už asi také, ale je to mnohem větší punkt.



V rozhovoru pro zajímej.se zmiňujete, že inspirací k založení galanterie byla zkušenost, kdy jste po škole pracovala v továrně, která recykluje textil. Zajímá mě jak taková továrna funguje, kolik procent textilu ze doopravdy recykluje a co se dělá se zbytkem?

Jelikož ta továrna vykupovala textilní odpad, tak zrecyklovali vše, co jim tam přišlo. Tam na to, co se jim hodí a nehodí moc nehleděli, dříve nebo později vše vždycky zužitkují, protože oni tu textilní metráž nebo staré oblečení recyklují tak, že jejich hodnotu degradují – rozmělní je na vlákna, a pak z toho dělají netkané textilie. Jde o mix, který nemusí mít přesné materiálové složení, takže po tom, co z oblečení odstraní zipy, knoflíky a podobně, tam rozšmelcují úplně všechno. Ale objednávají si i zbytky podle složení, takže mají třeba i čistý polyester, podle toho, co zrovna potřebují vyrábět nebo na co mají zakázky.

Proč jsou některé látky na recyklaci problémové?

Podle mě záleží na zaměření, jak se to recykluje. Pokud někdo chce recyklovat použitý textil znovu na textilní vlákna a něco z toho utkat nebo uplést, tak je to mnohem obtížnější, ale právě v té výrobě, kde všechno rozšmelcují, a pak to technologií zase spojují, to není takový problém.

A co se pak dělá z látek, které se recyklují v takovýchto továrnách?

Většina takových továren má smlouvy například s automobilkami. Ty netkané materiály dodávají do automobilového průmyslu třeba na odzvučení, těsnění, koberečky nebo i do kufrů. Tohle ty továrny živí.

Odkud odebíráte materiály?

Je to různé. Máme sklad, kde jsou látky ze zkrachovalých českých továren jako je třeba Tiba, Slezan a tak. Potom se mi ozývá i hodně soukromých lidí, že vyklízí něco po mamince nebo po babičce, takže to vykupujeme i od nich. A někdy se mi ozvou i studia nebo designéri. Takže spíš je to o tom, na co zrovna máme kapacitu.

Musíte proaktivně hledat nebo vám je firmy nebo lidé posílají sami?

Ze začátku, to už je čtyři nebo pět let, když jsem Textile Mountain zakládala, tak to nejtěžší bylo sehnat ty zdroje, abych neotevřela obchod s jednou látkou. Musela jsem oslovovat továrny, protože o konkrétních jednotlivcích, co mají třeba něco na půdě, jsem v té době ještě nevěděla a oni nevěděli o mně. Bylo to hodně krkolomné, protože u továren je problém v tom, že se jim to nevyplatí řešit. Je to pro ně logisticky náročné a ještě na to musí vyčlenit práci nějakého člověka, takže je pro ně lepší zaplatit poplatek a vyhodit to. Takže to byl největší kámen úrazu. A potom, když už to nějak fungovalo a lidé se začali ozývat sami, tak spíš je to tak, že nemůžu brát všechno, protože na to nemám kapacitu.

A kromě obchůdku, chápu správně, že máte ještě nějaký sklad?

Ano, u Kyjova a ten je obří, tam jsou právě skoupené ty továrny a zároveň i vše, co se kde naskytne. Tam to všechno je a postupně to nahrávám na e-shop, a pak to vozím sem i podle toho, na co se mě lidi ptají nebo jaká je poptávka a sezóna.

Dáváte nějakým materiálům přednost? Případně proč?

Já se přiznám, že se to nesnažím dělat cíleně, ale vždycky radši sáhnu po přírodních materiálech, protože jsou mi bližší. Ale zároveň chápu, že ne na všechno jsou vhodné, takže se snažím brát i nějaký průměr polyesteru nebo co se kde objeví. Ale ty přírodní materiály u mě asi vedou. Hlavně kvůli jejich vlastnostem, když jde o oblečení, tak dýchají a jsou příjemnější.

Kromě deadstock materiálů odebíráte třeba i recyklované?

Máme právě třeba tu veganskou kůži od Malai. Nové, ale recyklované materiály je sekce, kterou bych chtěla do nabídky zařadit, ale zatím se k tomu vůbec nemůžu dostat.

Jak se liší péče o různé druhy materiálů?

Každý materiál je úplně jiný. Třeba čistou vlnu stačí jenom větrat, nebo když je tam nějaký flek, tak ho otřít mokrým hadříkem. Svědčí jí vlhké a studené prostředí, takže někam vyvěsit a ona se vyvětrá a vyčistí, není třeba jí namáhat, protože to vlna i špatně nese. Když máte něco polyesterového, tak to musíte hodně často prát, protože se v tom člověk hodně potí a ten materiál to neabsorbuje. A u umělých materiálů je problémové, že se z nich při praní uvolňují mikroplasty, takže čím víc se to pere, tím víc mikroplastů se uvolňuje. Ta péče je úplně jiná, ale existuje i vlna, která snese pračku na šetrný program. Možná bych řekla, že péče o přírodní materiály je těžší, protože je člověk může jednoduše zničit.

Kdo od vás nejvíce materiály kupuje a víte, co se z nich třeba vyrábí?

To asi nemůžu říct, protože mi přijde, že je to hodně různorodý průřez zákazníků. Stává se, že berou něco filmaři nebo divadelníci, ale i lidé, kteří si šijí něco jen pro sebe nebo pro rodinu, a pak i malé značky. Je to fakt úplně různé. Ale mám radost, že i často vím, co se s těmi materiály stane, protože nám zákazníci a zákaznice posílají fotky nebo to sdílí na sociálních sítích. Takže je super, že vidím ten výsledek a že to svým způsobem funguje.

Takže hlavně z toho šijí oblečení?

Asi nejvíc ano. Nebo to ještě využívají i jako bytový textil, vyrábí z toho kostýmy a připravují scénografie. Teď jsem dávala materiál na instalaci klauzur na Umprum, protože to potřebovali jako nějaký podklad. Takže je to různé.

Spolupracujete s lokálními designéry nebo značkami?

Jo vlastně ano, buď od nich беру materiály, které potom nabízíme tady. Nebo například teď v pátek tady bude mít moje bývalá spolužačka z Umprum malou pop-up akci. Za takové spolupráce jsem ráda, protože je to takové oživení.

Na váš projekt Textile Mountain jste dělala sbírku ve které se vybralo skoro 300 000,- korun. Znamená to, že lidé mají zájem udržitelnou módu podporovat?

Vzhledem k tomu, že od té sbírky stále fungujeme, tak mi přijde, že ano, protože kdyby o to lidé zájem neměli a nenakupovali by, tak už bychom byli zavření.

NOSIT,
CO UŽ ČLOVĚK MÁ
A PŘEMÝŠLET NAD TÍM,
ODKUD TO POCHÁZÍ.

NĚKDY JE TO HORŠÍ
A NĚKDY JE TO LEPŠÍ, ALE
UŽIVÍ MĚ TO.



FURT SE BUDOU VYRÁBĚT NEUDRŽITELNÉ
MATERIÁLY. I KDYŽ JÁ SI MYSLÍM,
ŽE ONY SAMY O SOBĚ NEUDRŽITELNÉ NEJSOU,
ALE NAŠE NAKLÁDÁNÍ S NIMI JE.

Teď taková možná trochu drzá otázka, ale vyplatí se ekonomicky takové podnikání? Pokryje to náklady na nájem, energie a živobytí?

Někdy je to horší a někdy je to lepší, ale uživí mě to. Textile Mountain má opravdu potenciál růst, kdybych měla víc času a asi pracovala nonstop, tak i ti zákazníci přibývají. Ale během pandemie covidu-19 jsme museli zavřít prodejnu, takže jsem brigádníky propustila. A také jsem před covidem chtěla zaměstnat kamarádku, aby mi pomáhala, protože to vypadalo, že všechno funguje a stěhovali jsme se do většího, ale pandemie všechny tyto plány překazila a já už si to dovolit nemohla, čímž se Textile Mountain vrátilo určitým způsobem zase trochu na začátek. Ale teď to funguje, živí mě to a budu mít jednu známou na výpomoc, vlastně naši zákaznici, se kterou jsme si sedly, a já doufám, že to opět bude růst. Ale zároveň už jsem si prošla tím, že nás bylo víc a já musela hlavně organizovat tým a tu práci jsem přestávala mít ráda, protože jsem se víc starala o lidi a jenom vyřizovala faktury, abych všechno poplatila. Byla jsem z toho vyčerpaná a nedělala jsem už tolik to, co mi dává smysl, takže jsem si i řekla, že mě těší, když je to menší.

Jak funguje váš marketing, kde se o vás lidi mohou dozvědět, je to primárně na sociálních sítích?

Náš marketing funguje dost blbě, protože jak to dělám většinou všechno sama, tak je to takové náhodné, že občas si vzpomenu, že bych měla něco postnout, primárně tedy na sociálních sítích. Takže to dost pokulhává a doufám, že mi s tím trochu pomůže nová výpomoc.

Takže momentálně jste na všechno úplně sama?

Jojo, nebo i manžel mi pomáhá, ale spíš s organizačními věcmi.

Kromě látek nabízíte také službu opravy oblečení, je o to zájem?

To už nenabízíme, to jsme nabízeli, když jsme sídlili na Letné, ale zjistili jsme, že se to vůbec nevyplatí, je to hrozně moc domlouvání a práce a za tu opravu si člověk nemůže říct tolik, aby se to vůbec vyplatilo, takže jsme od toho upustili, protože to nebylo absolutně udržitelný zase pro nás. I když by to bylo hezké a furt se k tomu tak vracím, protože se mě i lidé ptají. Ale spíš opravuji oblečení jenom kamarádům, protože ekonomicky se to vůbec nevyplatí.

Kromě toho všeho jste aktuálně i korálkárna, to je jenom nárazová nabídka nebo je budete nabízet dlouhodobě?

To už máme třeba dva nebo tři roky a jde o bižuterii, kterou jsme jednorázově odkoupili od profesora na Umprum Josefa Třapt'ucha. On toho měl asi půl tuny, takže to bylo úplně šílené, protože to bylo půl tuny malých korálků, které jsme nosili z půdy. Dost se toho už prodalo, ale v podstatě se zdá, že vůbec neubývají. Takže si myslím, že je dlouho ještě mít budeme. Ještě jak to pořád stěhujeme sem a tam, tak už to nechci ani vidět, jsou sice drobné, ale těžké jak čert, protože jsou skleněné nebo kovové.

Jaká je podle vás budoucnost materiálů?

Je hrozně zajímavé sledovat vývoj nových ekologických materiálů, kam až to může dojít, ale zároveň si myslím, že furt se budou vyrábět neudržitelné materiály. I když já si myslím, že ony samy o sobě nejsou neudržitelné, ale naše nakládání s nimi je. Každý materiál má své místo a vhodné určení, že se hodí pro konkrétní použití, ale naše spotřeba je strašně zvrhlá.

Takže vlastně větší problém než materiály je spotřební chování?

Já si myslím, že ano. Kdyby to bylo všechno v malém, tak to takový problém není.

Myslíte si, že by jednou mohl být systém ve kterém textilní odpad neexistoval?

Bylo by to hezké, ale já si myslím, že spíš ne. Když registruju, jak se lidé chovají a baví, tak si uvědomuji, že já možná mám pocit, že se udržitelnost řeší čím dál tím víc, ale ono to tak není, je to jenom v rámci určité bubliny, jinak je to lidem jedno. Ale nedá se jim to ani vyčítat, protože lidé ze slabších sociálních vrstev nemají kapacitu přemýšlet nad tím, co je dobře zrecyklovatelné a co ne.

Možná kdyby ta změna začala u firem?

Možná i státně a politicky, jsem přesvědčená o tom, že by to mělo být striktněji regulované a že by se možná ani nic nestalo, protože náš systém je nastaven tak, že ekonomika pořád musí růst a růst a růst, ale ona nemusí. Ale politici tvrdí, že to tak je, a nikdo už nepřemýšlí nad tím, jestli to tak vlastně musí být.

Jakou radu byste dala někomu, kdo chce začít podnikat v udržitelné módě?

Já si myslím, že to ani nemusí být konkrétně v udržitelné módě, ale že to člověk musí dělat ze svého přesvědčení, ne kalkulem. I když to třeba ze začátku nevypadá jako lukrativní věc, tak pokud to má hlavu a patu, tak si myslím, že to vždycky bude konkurenceschopné. A když to člověk dělá rád, tak si myslím, že si ho lidé najdou.

Co by se muselo změnit, aby lidé začali dávat přednost udržitelné módě?

To je právě těžké, protože kdyby udržitelná móda byla upřednostňovaná, tak už pak zase možná nebude udržitelná. Protože základní problém je v tom, že lidí je hodně. Aby móda byla udržitelná, tak by se měla přestat dělat. Jsou statistiky, že máme vyrobeno už na X let dopředu a někde se to valí, tak to je asi největší problém. Nejudržitelnější móda by byla ta, která by se nevyrobila nebo když už, tak jen to nejnutenější. Ale možná jsem trochu škarohlíd.



**KDYBY UDRŽITELNÁ MÓDA
BYLA UPŘEDNOSTŇOVANÁ,
TAK UŽ PAK ZASE MOŽNÁ
NEBUDE UDRŽITELNÁ.**



FILIP VACULÍK

SALONČ4

Filip Vaculík je pánský krejčí a ředitel zakázkového krejčovství SALONČ4 v Brně. Šití oblečení na míru bývalo běžnou praxí, protože každý měl v rodině nebo v blízkém okruhu známých někoho, kdo šít uměl. Oblečení se tedy šilo nebo dědilo, naopak nakupování nových věcí bylo poměrně výjimečné. Pár zakázkových krejčovství, jako například SALONČ4, ale funguje i v této konfekční době. S Filipem Vaculíkem jsme si povídali o tom, jak salon provozují, jejich přístupu k udržitelnosti, v čem je oblečení na zakázku lepší, nebo také o tom, jak se liší požadavky dam a pánů.

Co pro vás znamená udržitelná móda?

Konceptů, jak udržitelnou módu uchopit, je několik a nedá se to říct obecně jednou větou. Máte zero waste, cirkulární ekonomiku, upcycling, recycling, a pokud používáte aspoň jeden z těchto principů, můžete říct, že řešíte udržitelnou módu. Je to hodně o tom, co vás baví a na co máte prostředky. My v salonu řešíme udržitelnost tím, že se snažíme dělat kvalitní high-end věci, které vydrží dlouho. Máme nulovou reklamovost, protože klientům odevzdáváme kvalitně ušité výrobky. Do toho naši „mladoši“ pracují s konceptem zero waste, takže odstřížky z výroby používají na zpracování dalších oděvů. Momentálně připravujeme kampaň na jeden pánský bomber z odstřížků. A také udržujeme práci v regionu. Ale táhnout naše podnikání 100% udržitelně je momentálně nemožné, protože by produkty stály třikrát více. Ty technologie na výrobu jsou drahé.

A pro vás osobně?

Já chci mít hlavně dobrý pocit, že to oblečení vypadá hezky, sedí mi a vydrží dlouho. Potom mám jistotu, že ho vynosím, a o tom ta udržitelnost pro mě je. Mám jenom dvoje džíny, obleků mám třeba šest, dvanáct košilí a to nosím pořád dokola. Každou sezónu si něco ušiju podle toho, co se mi zrovna líbí, ale na to kolik bych toho mohl mít, to držím na docela malém počtu.

Jak jste se ke krejčovství dostal?

Salon založily moje kamarádky v roce 2013 a mně přizvaly, abych jim to pomohl rozjet z hlediska marketingu a obchodní stránky. Takže první dva roky jsem se s tím řemeslem seznamoval a šil pouze pro své kamarády. Teď už fungujeme osmým rokem a celé to tu řídím. Aplikoval jsem zde svou zkušenost z korporátu ve velmi zhuštěné podobě, takže tu zaměstnanci mají každý svůj department a je to funkční, co se týče plynulosti práce.

Šijete si oblečení sám pro sebe případně necháváte si jej šít?

Jak říká moje máma, já šiju pusou. Jsem obchodák a projektový manažer, takže já nešiju, mám sofistikovaný program, ve kterém zpracovávám obleky na míru a šijí holky na dílně. Ten program to předělá do stříhů, které pošleme do výroby, ta mi to vyrobí a já to dostanu jako hotový produkt. Ale ano, kromě džínů, si šiju všechno.

Jak velkou část vašeho šatníku tvoří kousky na míru?

Třeba 70 - 80 %.

Vztah mezi krejčím a zákazníkem je oproti nakupování v obchodech mnohem osobnější, myslíte si, že to má vliv na vztah k vytvořenému oděvu?

Rozhodně. Říká se, že krejčí, právník a lékař ví o svých klientech všechno, a v posledních letech se mi to potvrzuje. Já mám na starost pánské klienty. Muži obecně nemají rádi nakupování a chození po obchodech. Když přijdou sem za mnou, já se s nimi pobavím, udělám jim kafe, řekneme si, co, kde, kdy, jak, proč, vysvětlíme si vizi toho oblečení, zabrousíme k jiným tématům jako jsou auta, lodě, a začínáme si vytvářet nějaký vztah postavený na důvěře. Oni věří mému úsudku. Potom jim odevzdám hotový produkt, který jim padne, a časem si začnou všimnout, že je lidé vnímají jinak, protože to oblečení na míru vypadá lépe, a oni si to užívají a chtějí víc. Proto se vrací, protože je baví celý ten proces, mají tu klid, nic je tu neruší a vše je na jednom místě.

Zvyšuje se zájem o oděvy na zakázku nebo spíše klesá?

Zvyšuje se, a pokud půjde i zbytek roku jako prvních deset týdnů, tak to bude super.

Na webových stránkách zmiňujete, že podporujete české designéry při výrobě jejich kolekcí, s jakými značkami spolupracujete?

V roce 2018 a 2019 jsme šli pro skoro všechny designéry, kteří prezentovali na pražském Mercedes-Benz Prague Fashion Week – od Vandy Jandy, Michala Kováčika po Adama Kosta. Nyní dělám Secret Luxury pro Jana Černého, šiju obleky na míru pro jeho klienty a spolupracovali jsme spolu na jeho olympijské kolekci. Nyní děláme ještě věci na olympiádu pro český dům a malé série pro různé designéry, protože jim usnadňujeme proces té výroby. Takže já jsem zbavený toho ega, já nepotřebuji tlačit vizi té značky, já tlačím kvalitní práci.

Jaké oblečení nejčastěji šijete? Odhaduji, že je zájem o svatební šaty a obleky, s jakými dalšími přáními lidé chodí?

Obleky ano, šaty spíš obecněji. Každoročně míváme kolem patnácti až dvaceti nevěst. Ty nohy stolu, které drží náš salon, jsou vyrovnáné mezi malé série, obleky, zakázky a modelování. Žádný z těch segmentů výrazně nepřevažuje.

Jak obvykle celý postup probíhá od začátku do konce? Můžete nás provést procesem výroby?

U každého produktu se to trochu liší, vezměme například šaty – klientka přijde, řekne nám, na jakou příležitost mají být, jestli má nějakou inspiraci, jak sama sebe vnímá; to je u žen důležité vědět, které části svého těla mají a nemají rády. Potom vybíráme látky, nakreslí se design, to se podaří většinou v rámci první nebo druhé schůzky. Dále bereme míry a zaplatí se záloha. Na první zkoušce se to zkouší nastehované a na druhé už je to v 90 % hotové, ve zbylých jsou tam potřeba ještě nějaké drobné úpravy. Vždy je to tak schůzka na půl hodiny.

Jak dlouho celý proces obvykle trvá?

Záleží na oděvu. U obleků chci, aby klienti přišli aspoň dva měsíce předem. Ale dokážeme to udělat za týden. U svatebních šatů také tak dva měsíce, nemůžeme brát míry moc dopředu, aby se rozměry tolik nezměnily.

Jak klientům pomáháte s výběrem látek? Jaké faktory zohledňujete?

Jednak jaký produkt z toho chtějí. Za druhé má každý jiný fototyp, termoregulaci, někdo se potí více někdo méně. Dalším faktorem je, na jakou sezónu má oděv být. Naším cílem je s tím člověkem vytvořit komplexní věc, která bude fungovat. Nejsme tu od experimentů, že bychom šili třeba sako z úpletu. Máme technologie, známe materiály a jsme tu od toho, abychom klientovi pomohli vytvořit estetický kvalitní high-endový produkt, ve kterém se bude cítit dobře.

Nabízíte nějaké udržitelné alternativy?

Nabízíme, možnosti sehnat udržitelné alternativy máme, ale tyto materiály jsou dvakrát dražší. Každopádně když někdo bude chtít recyklovanou vlnu, tak do týdne ji tu mohu mít.

Odkud berete materiál?

Primárně z Evropské Unie, konkrétně Itálie, ale umělé materiály bereme i z Blízkého východu, protože máme kontakt na výrobu šejka, který z ropy nevyrábí benzín, ale látky. Tím, že je to první derivát, tak je to mnohem kvalitnější. Je to sice furt umělina, ale ten materiál a jeho struktury fungují mnohem lépe. U umělého hedvábí třeba nepoznáte, že není pravé, má perfektní lesklost, dobře se z něj šije, nezatrhává se a v pohybu to vypadá tak jak má.



CHCI MÍT HLAVNĚ
DOBRÝ POCIT, ŽE TO OBLEČENÍ VYPADÁ
HEZKY, SEDÍ MI A VYDRŽÍ DLOUHO.
POTOM MÁM JISTOTU, ŽE HO VYNOSÍM,
A O TOM TA UDRŽITELNOST PRO MĚ JE.



Důvod, proč dávají lidé přednost konfekční módě před udržitelnou, je její cena. Jak nastavujete ceny za oblečení. A jak spolupracujete s klienty, abyste se vešli do jejich rozpočtu?

Když se tam nevejdeme, nemůžeme s tím nic moc udělat. Nemůžeme si dovolit jít pod náklady, proto neděláme ani slevy. Spíš se snažíme tomu klientovi vysvětlit, proč nad tím má přemýšlet jinak a investovat víc do kvalitních kousků. Naši potenciální zákazníci ale většinou počítají s tím, že to bude něco stát. Párkrát se nám stalo, že naši kalkulaci odmítli z důvodu příliš vysoké ceny, ale většinou se to neděje, protože ví, že za to ten produkt stojí.

Snažíme se o přátelský přístup, nejsme tu naškrobení v oblecích, chodíme normálně v civilu, máme tu pejska a nebereme se tak vážně. Děláme tu práci s lehkostí, což ty lidi baví a cítí se tu příjemně. Já osobně jsem se v některých krejčovstvích cítil nepatřičně, protože jsem nebyl oblečený jako oni. Nechci aby sem lidi přišli a měli pocit, že je budeme soudit. Proto fungujeme na příjemně osobní rovině.

Aby oděv vydržel co nejdéle, je důležité o něj správně pečovat, instruujete v tomto ohledu své klienty?

Ke každému produktu dostanou poučení, jak se o něj starat. U obleků je to čistírna, košile je dobré žehlit, protože to vlákno se tím narovná, a ženy docela ví, co mají dělat.

Mohl byste se podělit o nějaké základní zásady?

Košili nosit jen jeden den, žehlit věci, protože se tím rovná to vlákno, vlněné věci vždy odnést do čistírny, džíny prát co nejméně a naruby, když je to povrchové znečištění, tak to spíš umýt houbičkou, než to hned házet do pračky, vůbec na oblečení nepoužívat sušičku! Obzvláště u košilí to vyfoukává jemná vlákna, což způsobí to, že na namáhaných místech pak praskají. Košile taky sušit na věšáku, ne na sušáku. Obleky po každém pátém nošení zanést do čistírny, když už jsou varhánky pod kolena.

Projevují se trendy v přáních zákazníků?

Asi ano, ale spíš u dlouhodobějších klientů. Když přijde někdo poprvé, tak chce většinou něco nadčasového. Zase u těch stálých klientů vím, co už jsme pro ně šili, takže se snažíme další oblečení navrhovat tak, aby se hodilo k tomu, co už mají, a vytváříme tak postupně kapsulový šatník, ve kterém lze kombinovat ty věci mezi sebou.

Máte více dámských nebo pánských klientů?

Padesát na padesát.

Liší se nějak jejich spotřebitelské chování?

Dámy více nad výrobkem přemýšlí a jsou nerozhodné. Také mají takový neduh, že si to ještě v průběhu rozmyslí a chtějí ho jinak. Chlapi si řeknou, co chtějí, já jim odprezentuju svůj návrh a oni jej odsouhlasí. Jde jim hlavně o jednoduchost. Ženy jsou naopak více ovlivněné trendy a víc řeší, jak v tom vypadají. Muže spíš zajímá, jak se v tom cítí, a když se v tom cítí dobře, tak jim nevádí za to dát víc peněz.

A co móda hipsterů? Odlišuje se jejich vkus a požadavky od konzervativních zákazníků?

Hipsteři jsou jen muži, kteří vědí, co od módy chtějí. Historicky se ten trend nejvíce rozjel okolo roku 2015. Hipsteři měli nějakou svou vizi, kterou si módně zpracovali, a tím se odlišovali od davu. Jsou to muži, kteří nakupují třeba v sekáčích nebo nosí různé doplňky, ví co se jim líbí a v čem se cítí sami sebou.

Lidé si odvykli, že s péčí o oděv souvisí i jeho případné opravy, protože je dnes často i levnější si koupit nový. Opravujete oblečení šité u vás nebo i jiné? Případně mají vaši klienti o tuto službu zájem?

Opravujeme i upravujeme. Často klientům doporučuji, ať donesou, co mají doma, ale třeba jim to úplně neseďí, a my jim to tu upravíme. Zájem o to je.

Malovýroba je udržitelnější sama o sobě, ale jak k udržitelnosti přistupuje konkrétně váš salon?

Pokud děláme nějaké kolekce oblečení, tak toho šijeme méně a kvalitněji, aby nám nezbyly přebytky, což zároveň dodává tomu produktu určitou exkluzivitu.

Snažíte se odpad ještě nějak využívat?

Snažíme se látky využívat na maximum. Pokud nám zbyde metr látky, tak si to tu necháváme ve skříni a používáme to na vestičky nebo dámské kalhoty, na které je potřeba méně materiálu. Taky mám krabici, ve které jsou odstřížky připravené na zero-waste kusy. Z odstříhů podšívek děláme kapesníčky, na kterých se učí studenti, kteří k nám chodí na praxi. Ty kapesníčky pak dáváme jako dárek. Snažíme se materiály nevyhazovat, protože je jich škoda.

Jaké jsou výhody výroby oblečení na míru?

Vypadáte v tom hezky. Při šití na míru stavíte figuru a ten člověk se v tom cítí potom dobře. To ovlivňuje jeho sebevědomí a jak se nese celým dnem.

Z DLOUHODOBÉHO HLEDISKA
SPÍŠE PENÍZE UŠETŘÍTE
A K OBLEČENÍ MÁTE BLIŽŠÍ
VZTAH.



MÍT KREJČOVSTVÍ NA ZAKÁZKU
JE PRÁCE S KOMUNITOU
A S ČLOVĚKEM JEDEN NA
JEDNOHO.

A jaké jsou naopak nevýhody?

Někdo by řekl, že cena, ale pokud si spočítáte cost per wear, tak tam nejsou nevýhody žádné. Možná pokud to potřebujete hodně rychle, tak to je dražší kvůli expresním dopravám. Skutečné nevýhody tam nevidím skoro žádné. Z dlouhodobého hlediska spíše peníze ušetříte a k tomu oblečení máte bližší vztah.

Plasty nahradily ve světě velkou část přírodních materiálů a snížily výrobní cenu. Ve filmu Pelíšky je citát, že skláři nebudou mít co žrát. Neplatí to i pro švadleny a krejčí po nástupu fast fashion?

Tento problém začal už v 90. letech. Mnoho továren a výrobních závodů se zavřelo, když se k nám začaly dovážet věci z Číny. Na druhou stranu tu zůstala sorta lidí, která se to snaží nějak zachránit a momentálně je to docela na vzestupu, protože si širší veřejnost začíná uvědomovat problematiku módního průmyslu.

Jak předpokládáte, že se krejčovský průmysl bude vyvíjet v budoucnu?

Já to vztáhnou na sebe, co mám dělat já. Aby to řemeslo mohlo žít dál, musím budovat komunitu skrze to, co dělám, rozvíjet povědomí, pracovat na tom, aby to ti lidé měli kam nosit, dávat studentům, kteří k nám chodí na praxe, motivaci zůstat v Brně. Já jsem žil v Praze i ve Vídni, ale vždycky jsem se vrátil sem, protože ta komunita tady je to, co mě naplňuje. Mít krejčovství na zakázku je práce s tou komunitou a s člověkem jeden na jednoho. Nemůžete nic generalizovat.

Může malovýrobní produkce uspokojit poptávku trhu? Možná v budoucnosti?

Specifickou část toho trhu určitě.

Co by se podle vás muselo změnit, aby lidé začali dávat přednost udržitelné módě?

Každá generace má naprosto jiné vnímání módy a každá generace má své pozitivní a negativní vlastnosti. Pokud se generace alfa naučí to dobré od svých rodičů mileniálů a převezme si lidskost, co přináší generace Z, tak si myslím, že s příchodem nových generací to bude čím dál tím lepší. Aspoň v Evropě. Myslím si, že výroba se bude decentralizovat a těch lokálních možností bude víc. Protože jak fungujeme teď je neudržitelné a lidé už začínají být z toho ohromného množství zboží unavení.

S PŘÍCHODEM
NOVÝCH GENERACÍ
TO BUDE ČÍM DÁL
TÍM LEPŠÍ.





ING. JANA DRAŠAROVÁ, PH.D.

FAKULTA TEXTILNÍ TUL

Fakulta textilní Technické univerzity v Liberci je v textilním průmyslu významná díky svým pokrokům ve vědě a výzkumu, zvláště v oblasti nanotechnologií. Jana Drašarová zde získala svůj doktorát a více než dvacet let tu také pracuje. Děkankou textilní fakulty byla osm let a nyní je proděkankou. Univerzita je místo, kde probíhají různé výzkumy a spolupráce s firmami, ale zároveň se zde formuje přístup k řemeslu, ve společnosti se trend udržitelnosti projevuje, dostal se už i na akademickou půdu?

Co pro vás znamená udržitelná móda?

Udržitelná móda pro mě osobně nebo pro mě profesně? Pro mě osobně to znamená, že jsem teď vyhlásila rok bez nakupování oděvů. Profesně vnímám nejen ten oděvní textil, ale i ten technický, ročně se vyrobí kolem 120 milionů tun vláken a jen třetina jde do oděvů. Během posledních deseti let se objem vyprodukovaných vláken zdvojnásobil, což je k zamyšlení a reagujeme na to spoluprací s firmami – od možností výzkumu a vývoje různých recyklačních technologií nebo zero-waste projektů. Jedna věc je spotřeba a druhá věc je výroba. V osobním životě mi jde o menší spotřebu. Co se týká výroby, jde o kvalitu těch věcí, které by měly mít dlouhou životnost. A ta životnost je jednak o fyzické odolnosti, ale i emoční. Spousta lidí nakupuje oblečení, ne protože ho potřebují, ale protože si chtějí udělat radost.

Proč a kdy jste se o textil začala zajímat?

Když mi bylo 6 let a maminka mě vzala ke švadleně, kde jsem si hrála s odstřížky, ale to jsem si to ještě neuvědomovala. Pak jsem byla na brigádě v pletařské firmě a s výběrem vysoké školy to z toho nějak vyplynulo.

Vy jste na Fakultě textilní Technické Univerzity v Liberci vystudovala doktorské studium, jak se výuka od té doby změnila?

Já jsem tu vystudovala inženýrské studium, které jsem ukončila v roce 1990. Potom jsem byla na mateřské dovolené a doktorské studium jsem studovala až při zaměstnání. Takže doktorské se zase tolik nezměnilo. Ale jednostupňové inženýrské studium se změnilo na dvoustupňové – bakalář a inženýr. A dříve tato fakulta také byla zaměřena více materiálově a technicky, v čem jsme tedy pořád špička, ale před třiceti lety se k tomu přidal obor textilního designu.

A jak se změnil textilní průmysl od té doby, co jste se o něj začala zajímat?

Jelikož už jsem na světě dlouho, tak jsem zažila několik zvrátů. Za mého dětství v totalitním režimu byl textilní průmysl velice silný. Potom se globálně změnila politicko-ekonomická situace a ten průmysl se restrukturalizoval, takže výroba se přesunula do rozvojových zemí. Mluvilo se o úpadku textilního průmyslu, ale některé špičkové firmy se udržely, ale hodně se ten průmysl začal orientovat na technický textil. A nyní jsme ve fázi další velké změny, která je tažená změnou v myšlení od velké spotřeby zpátky ke kvalitě. Což je velká výzva a ta změna půjde pomalu, ale má to velký potenciál firmám jak ublížit, tak jim pomoci. Těch možností a hrozeb je mnoho.

Nahlížíte na módu spíše z uměleckého nebo vědeckého hlediska?

Já nejsem výtvarník, já jsem inženýr a technik se zaměřením na materiálové inženýrství. Pokud si společnost rozdělíme na udavače trendů, což jsou většinou právě ti kreativní tvůrci, potom na přebírače trendů neboli early adopters, potom ty, co je přebírají později, a ty co nesnáší trendy a odmítají je, tak já jsem člověk, který trendy vnímá a přebírá, inspiruji se jimi, ale nevytvářím je.

Zabýváte se na fakultě udržitelností?

Ano. Ta udržitelnost není pouze o módě, cesta toho vlákna, než se stane módou, je tak složitá a globální, že těch možných řešení je mnoho a těmi se my zabýváme. Od toho jak recyklovat už nepotřebný hotový výrobek, přes nové typy vláken nebo finálních úprav z odpadních zdrojů jako je třeba kafe, které by se daly dále zpracovat, po vylepšování technologií, aby se minimalizoval odpad při výrobě. Těch možností je hodně a snažíme se jimi zabývat.

A učíte o udržitelnosti i v rámci výuky?

Práci vysokoškolského pedagoga je tu výuku přizpůsobovat modernímu trendu, takže vím, že já, ale i několik mých kolegů, se tomu v našich předmětech věnujeme. Ale vnímáme, že je o toto téma zájem, takže na fakultě chystáme studijní program, který bude zaměřen právě na textil a oděv z hlediska udržitelnosti. Zároveň má zájem ale i veřejnost, proto chystáme kurz celoživotního vzdělávání, pro lidi, kteří chtějí dostat podložené informace, umět se orientovat v tom, co je a co není pravda, a rozpoznat greenwashing.

Takže zájem u studentů o toto téma je?

Jako všude tu platí pravidlo 80 ku 20ti. To je v celé společnosti. Jsou lidé, které to zajímá a jsou lidé, kteří se tím nezabývají a nechtějí se tím zabývat. Ale tady pracujeme s lidmi, kteří jsou nějakým způsobem uvědomělí, takže ten zájem je tu podle mě větší.

Co považujete za největší úspěchy vaší fakulty?

Já tu pracuju ráda, takže z mého pohledu je toho hrozně moc. Čím jsme známí, je patent na výrobu nanovlákných struktur. Úžasné jsou z toho pak aplikace ve zdravotnictví, např. do tkáňového inženýrství, kde kolegyně pracují na náhradách cévy, kosti nebo šlachy. Kolegyně a již několikrát oceněná mladá vědkyně Markéta Klíčová s kolegou Jakubem Erbenem byli na stáži na Harvardu, takže vozíme vědu na Harvard. A na druhé straně se naši studenti designu zúčastnili Paris design weeku, takže vozíme módu do Paříže. Ale textil má aplikace v mnoha odvětvích. Pan profesor Wiener je jedním ze spoluvůrců patentu, kde odpadní vlnu využívají jako hydroponické hnojivo. Je to mnohotvárné.

Jednou ze specializací fakulty jsou nanovlákná, mě velice zaujalo, že z nich samotných nevzniká žádný odpad, můžete mi přiblížit, jak fungují a kde se dají využívat?

Fungují podle toho, co se z nich vyrobí. Nanovlákná je taková tenká membrána, která sama o sobě nemá pevnost. Jsme autory vícero technologií a každá nám může dát různou strukturu. V oděvech se to může využívat jako membrána, která je propustná a dýchající, taková obdoba „goratexu“ nebo se dá použít do menstruačních kalhotek.

Ale nemá to parametry pevnosti a prátelnosti, aby z toho mohl být celý oděv. Druhá možnost aplikací je v technických textiliích, například v tom tkáňovém inženýrství jako třeba kryty ran. Když máte nehojící se ránu, výměnou náplasti nebo obvazu ji narušíte, zatímco tento obvaz ránu kryje a má na sobě tu nanovláknou vrstvu, která se rozpouští, takže tu ránu znovu nenarušuje. To je něco, co se dává na člověka. Potom jsou další, co se dávají do člověka. Pokud utvoříme tzv. scaffold neboli „lešení, které má strukturu, která kopíruje strukturu té tkáně, tak ty buňky v tom začnou růst takovým způsobem a to lešení se postupně rozpustí a vznikne nová tkáň.

Takže to nanovlákná se úplně rozloží?

Pokud je tak naprojektované a je z vhodného polymeru, tak se může i rozložit, ale dá se udělat i z polymeru, který vydrží a dá se i prát. Jde o parametry těch vláken, které vyrobím.

Když z nanovlákná nelze udělat oděv, je tedy třeba, aby v oblečení mělo nějaký nosič?

Ano. Tedy, zatím to není možné. Na jedné módní přehlídce oblékli Bellu Hadid do proudu vláken, my jsme to tu dělali už před deseti lety. Ale to byl zatím pouze výtvarný počín, který poukazuje na propojování vědy a umění. Ta vrstva ale zatím nemá potřebnou soudržnost, takže ano.

Na jakých dalších výzkumech a projektech pracujete v současnosti?

To je jednoduchá otázka, na kterou není jednoduchá odpověď. Každý rok běží tak 20 projektů financovaných z grantů a mnoho dalších financovaných z naší základní činnosti. Těch projektů je mnoho a jsou různorodé, od bakteriální celulózy a rozkladu odpadu na zdroj pro další průmysly, přes povrstvení textilních struktur tak, aby umožňovaly elektromagnetické stínění, aplikace optických vláken do bezpečnostních prvků textilií, potom máme projekt na ekologickou oděvní kolekci, dále ty nanovláknenné struktury ve zdravotnictví, a pak projekty pro firmy. Pro jednu firmu jsme například zkoušely zpracovávat odpad z elektronických cigaret.

S jakými firmami spolupracujete?

Spolupracujeme jednak s textilními a oděvními firmami, obzvlášť takovými, které se věnují technickým textiliím, např. Svitap, Silk a progress nebo Veba. Potom i s automobilkami např. se Škodovkou. Dále spolupracujeme s firmami, co dělají smart elektroniku do textilií, stavebními firmami, je toho dost. Máme smlouvy s přibližně sedmdesáti firmami na spolupráci pro vědu a výzkum nebo spolupráci na bakalářských pracích, případně na praxe pro studenty.

Velká část vašich doktorandů je ze zahraničí, čím to je?

Naše fakulta je nejkomplexnější v Evropě, protože zde máme design, materiály, technologie a marketing, takže se zahrnujeme celé tzv. textilní inženýrství. Ta zahraniční spolupráce se rozvíjí díky aktivitě lidí, obzvlášť profesorů, na různých konferencích. Bývalý děkan prof. Militký zahraniční spolupráci na fakultě velice rozšířil, protože je jedním z uznávaných a nejvíce citovaných vědců v oboru Material science textiles. Ti studenti sem začali jezdit za osobnostmi, jako je on. V jednu chvíli jsme měli osmdesát doktorandů a přes padesát bylo ze zahraničí.

Je o vědecké obory zájem? Ptám se, protože na fakultě máte čtyři bakalářské programy (Návrhářství, Textilní marketing, Textilní technologie, materiály a nanomateriály, Výroba oděvů a technické konfekce), tak by mě zajímalo, zda je větší zájem o více umělecky zaměřené Návrhářství než o techničtější obory?

Většinou je zájem o obory, které jdou do výtvarného směru. My máme na fakultě takovou strategii, že všichni studenti musí znát materiály, technologie a základní vlastnosti textilií, což dává studentům i z výtvarného oboru širší možnosti uplatnění. Momentálně je to takový trend. Když jsme byli na veletrzích v Asii, tak jsme zjistili, že ani tam už tolik mladí lidé nechtějí studovat matematiku.

Od roku 1960 vaši fakultu absolvovalo přes 2000 bakalářů a více než 7500 inženýrů, kde nachází vaši studenti uplatnění?

Je to samozřejmě v tom klasickém oděvním průmyslu, který stojí před generační výměnou a velice ty absolventy chtějí. Otázka je, na kolik jsou absolventi ochotni jít zpátky do regionů. Ale je tam o ně velký zájem. Potom samozřejmě mohou jít do obchodu, marketingu a do oblasti kvality. Nebo do průmyslů jako je automotive, stavebnictví, které používají ty textilní materiály. Výtvarníci chodí např. do reklamních agentur nebo si zakládají salony. Je to různé.

Na DOD jste zmiňovala, že každý student musí vědět jaká máme vlákna, tak se vás chci zeptat, jaké to teda jsou?

Základní vlákna mohou získat buď z přírody – z rostlin, například bavlna, ale také konopí, len, kopřiva, nebo ze živočichů – například vlna a hedvábí. A potom jsou vlákna vyrobená člověkem, která jsou buď z přírodních polymerů – viskóza, nebo ze syntetických polymerů, které se vyrábí z ropy – polyester, polypropylen a další. To je základní dělení oděvních vláken. A pak jsou různá speciální vlákna.

Která vlákna jsou z hlediska udržitelnosti lepší?

Nejlepší je to vlákno, které vydrží dlouho, takže to vlákno musí být vyrobeno kvalitně, ta textilie musí být vyrobena kvalitně a ten design musí být navržen odolně, tak abych ten oděv nosila dlouho. Nedá se říct, že jedno vlákno je ekologické a druhé ne. Když si pořídím oblečení, které si na sebe vezmu třikrát, tak je úplně jedno, že je ten materiál ze skvělého místního zdroje. Mám sice ekologické vlákno, ale chovám se neekologicky. Za mě jsou nejlepší vlákna, která mi poskytnou takovou kvalitu, že oděv budu využívat hodně dlouho, a díky tomu budu méně zatěžovat životní prostředí.

Takže i polyester může být udržitelný, možná i proto, že se dá recyklovat?

Může, ale ty technologie recyklace na nová polyesterová vlákna ještě nejsou úplně vyvinuté, protože každým rozpuštěním ten polymerní řetězec degraduje. Ale vyvíjí se technologie, které by jej rozložily na monomery, a potom by se to mohlo syntetizovat, ale to spotřebuje tolik energie, že je otázka, zda je to udržitelné. Ty cesty se hledají, ale jsou tam různé otázky. Polyester je málokdy sám, většinou je ve směsi a je problémové to oddělit.

Takže jaký máte na recyklaci názor?

V současnosti, když si koupíte něco z recyklované bavlny v obchodních řetězcích, se na tom hodně rychle udělají žmolky, protože recyklovaná bavlna je krátkovláknenná. Máme v plánu dělat výzkum, ve kterém budeme měřit kvalitu recyklovaných materiálů, protože momentálně mi nepříjde adekvátní. Ale netvrdím, že by se to nemělo dělat, vždycky se musí někde začít.



SPOUSTA LIDÍ
NAKUPUJE
OBLEČENÍ, NE
PROTOŽE HO
POTŘEBUJÍ, ALE
PROTOŽE SI
CHTĚJÍ UDĚLAT
RADOST.

Jaké jsou největší omyly nebo domněnky, které lidé mají o textilním průmyslu a udržitelné módě?

No třeba právě že recyklované materiály jsou automaticky udržitelné, protože mnohdy to není kvalitní, takže se to brzy stane odpadem. Toho greenwashingu je poměrně dost, otázka je i ohledně biobavlny, protože ty řetězce jsou tak dlouhé, že nelze prokázat, zda byla nebo nebyla hnojena. Dobré je nakupovat u lokálních tvůrců, ale ten řetězec stejně zůstává globální, ale aspoň část té výroby se vrací sem. Otázkou udržitelnosti totiž nejsou jen zdroje, ale i sociální problematika a podmínky, pod kterými fungují pracovníci např. v Asii, kteří šijí pro velké řetězce, jsou často tristní. Ale myslím si, že největším omylem je domněnka, že na mě nezáleží. Vždy je to o zodpovědnosti každého jedince. Jsem si vědoma, že ekonomika potřebuje spotřebu, ale kdybychom nakupovali dražší kvalitní oblečení, které nám vydrží, tak by to tu ekonomiku nemuselo zatížit tolik. Věci jsou momentálně tak strašně levné, že někdo za to zaplatit musí, a to, že se za to platí na druhém konci zeměkoule, nás nevyvíňuje z toho, že jsme součástí problému. Zodpovědnost je na každém z nás.

Ve většině rozhovorů se bavím hlavně o oblečení, ale textil je mnohem víc, třeba i čajový sáček. Je nejvíce textilního odpadu z oblečení nebo spíš z těch jiných využití?

Z těch 120 milionů tun vláken jde zhruba třetina do oděvů, třetina do domácího textilu a třetina do technických aplikací a momentálně není statistika, která by vyjadřovala, ze kterého využití je nejvíce odpadu. Víme, že zhruba 10 % se vyhodí při výrobě, a to je hlavně při stříhání oděvů. Ale globálně se produkce textilního odpadu takto detailně nesleduje. Ale z hlediska odpadu je problémové neprodané oblečení. Řetězce a módní značky takové oblečení spalovaly, což způsobilo ve společnosti velkou debatu. Nyní to spíš odváží do Afriky, ale tím zase zničili místní módní průmysl. Je to problém, ale ty firmy jsou tak velkými hráči na globálním trhu, že mají silný vliv na politické debaty, které se jich týkají.

Jaké nové nebo alternativní materiály se vyvíjejí pro udržitelnou módu a jaké mají vlastnosti?

Mluví se o materiálech z rostlinných škrobů, takže zpracování zbytků různých plodin jako je sláma, pomerančové slupky a celkově bioodpad, ale to je zatím dost na začátku. Potom se mluví o PLA vláknech z kukuřičných škrobů, ale kukuřice zase není pro půdu úplně vhodná, kdyby se musela pěstovat ve velkém množství. Přímořské státy chtějí využívat mořské suroviny. A samozřejmě se zkoumají různé recykláty.

Jaké jsou nejdůležitější překážky pro zavedení udržitelných praktik v textilním průmyslu?

Spotřebitel. A psychologický aspekt toho, že si lidé nákupy nahrazují nebo doplňují radost.

Jaké jsou podle vás největší příležitosti pro udržitelnou módu v České republice?

Pro mě je zajímavý trend malých designérů, kteří šijí na zakázku, protože jedním z problémů masové výroby je nevhodnost střihu. Když vám oblečení nesedí, tak to potom nenosíte. Takže ve výrobě oděvů na zakázku, ale i třeba upcylaci vidím příležitost pro českou módu. Co se týká výroby textilií, tkaní, pletení, zušlechťování, tak tady ty technologie pořád jsou a jsme schopni dělat krásné kvalitní věci.

Jak si představujete budoucnost textilního průmyslu?

Já si myslím, že to půjde tou cestou zárukou vysoké kvality. Budoucnost vidím v tom, že ti výrobci by měli vyrábět produkty, které vydrží a samozřejmě, že si za to budou muset nechat zaplatit. A případně v menších designových sériích a blízkosti výrobce koncovému odběrateli. A možná ve spotřebě lokálních vláken – len, konopí nebo kopřiva.

Co by se muselo změnit, aby lidé začali dávat přednost udržitelné módě?

Musela by být bída. Nebo zase podle Paretova pravidla – 20 % lidí by se muselo začít chovat jinak, aby to chování převážilo. Když se určité množství lidí začne chovat jinak, tak se ta změna začne rychle šířit celým systémem. Je to o té rozumné spotřebě, do které buď lidi vychováme nebo přijde tlak zvenčí, který je k tomu přinutí. Ale lidé nechtějí, aby jim bylo něco zakázováno. Z psychologického hlediska je ta spotřeba problém nedostatku sebedůvěry a sebelásky.



Z PSYCHOLOGICKÉHO HLEDISKA
JE SPOTŘEBA PROBLÉM
NEDOSTATKU SEBEPŘIJETÍ A
SEBELÁSKY.

EPILOG

Udržitelnost – v posledních letech čím dál tím častěji skloňované slovo. Přitom pro mnohé z nás stále poměrně abstraktní. Každý jej využívá, jak a kdy se mu hodí, a význam tohoto slova se v důsledku proměňuje. Pro mě osobně je udržitelnost o eliminaci negativních lidských vlivů na životní prostředí, přístup, jehož prioritou je soužití v harmonii s přírodou. Udržitelné chování bere v potaz nejen dobré životní podmínky pro nás, ale i pro budoucí generace. Je to z určitého hlediska o sebeomezení, protože nás dnešní blahobyt vzniká na úkor budoucnosti naší planety. Udržitelnost je cíl a my jako společnost k ní nyní hledáme cestu, to však není jednoduché. 100% udržitelnost je zatím pouze utopická představa. Ale jsou mezi námi lidé, kteří hledají nové ale i staré přístupy, jak dělat věci lépe.

S šesti takovými lidmi jsem mohla v rámci přípravy této knihy vést rozhovory, ze kterých jsem si odnesla mnoho zajímavých poznatků, rad a tipů, které může každý z nás aspoň v určité míře aplikovat ve svém životě.

Základem je pracovat lépe s tím, co už máme. Pečovat o oblečení, správně jej prát, opravovat, co se dá. Když nás nějaký kus omrzí, občas stačí najít nové kombinace, jak jej nosit. V šatníku bychom měli mít jednoduché nadčasové kousky. Svůj osobitý styl můžeme vyjádřit pomocí pečlivě vybraných doplňků. Pokud chceme nějakou věc vyřadit, neměli bychom ji rovnou vyhazovat do popelnice, mnohem lepší je zkusit ji poslat dál, buď přes známé, internet, zúčastnit se swapu nebo ji věnovat na charitu, popřípadě odnést do kontejneru na textil. Snažte se nepodléhat impulzivním nákupům, i když to může být ve světě, kde jsme denně obklopeni slevami, těžké.

Pokud zjistíme, že něco potřebujeme, určitě je dobré se alespoň orientačně řídit nákupní pyramidou, kterou nám představila Karolína Břínková. Tedy podívat se první doma. Pokud nenajdeme nic, co by nám stačilo, zkusit si to od někoho půjčit. Jestli máme doma oblečení, které už nechceme a zároveň víme, co hledáme, můžeme se zúčastnit swapu a vyměnit to, co už nám neslouží, za to, co potřebujeme. Dalším krokem je věc pořídit z druhé ruky, vždy je lepší využívat již existující prostředky a prodloužit tak jejich život. Oděvy, které víme, že budeme v životě častěji využívat si můžeme nechat ušít na míru. A pokud nám žádný z předchozích kroků nepomůže a věc stále potřebujeme, koupíme si novou, nejlépe od někoho, kdo své produkty vyrábí zodpovědně. Záleží samozřejmě kus od kusu. Celé to může znít možná trochu složitě, ale je to hlavně o tom, si uvědomit, že moc věcí v životě reálně nepotřebujeme.

Co by se tedy muselo změnit, aby lidé začali dávat přednost udržitelné módě? Najít odpověď na tuto otázku je těžké. V základu se ale většina odpovědí shoduje na tom, že musíme začít u sebe. Přemýšlet více nad tím, co kupujeme. Vybudovat si dostatečnou sebelásku, abychom nehledali svou hodnotu v externích věcech. Nepotřebujeme přeplněný šatník, vystačíme si s pár kousky, ve kterých se cítíme sami sebou. Udržitelná móda nemusí být nudná. Jde o to si věci vážít a to stejné učit i naše děti, protože s nástupem nových generací se tento problém může zlepšit, ale také zhoršit, pokud jim nepůjdeme dobrým příkladem. Až ve chvíli, kdy pro dostatečné množství jednotlivců bude udržitelnost prioritou, můžeme na firmy a státy vytvořit dostatečný tlak, aby se doopravdy něco změnilo.

ZMIŇOVANÉ ROZHOVORY

ZAJÍČKOVÁ, Klára. Lidem schází přímá zkušenost s kvalitním oblečením. Respekt [online]. 2021, 18. 9. 2021 [cit. 2024-07-10]. Dostupné z: [https://www.respekt.cz/rozhovor/lidem-schazi-prima-zkusenost-s-kvalitnim-oblecenim?](https://www.respekt.cz/rozhovor/lidem-schazi-prima-zkusenost-s-kvalitnim-oblecenim?fbclid=IwAR1mmYB36Xd9w_YqPQvkIvq_C9HWYpfxV0ySSFC6pZyWT4lJ7iLxqLx4C8)

fbclid=IwAR1mmYB36Xd9w_YqPQvkIvq_C9HWYpfxV0ySSFC6pZyWT4lJ7iLxqLx4C8

LIPOLDOVÁ, Anna. Nový rozměr upcyclingu: Korzet z džínů po tátovi a šaty z bráchoových triček. Redbull.com [online]. 2020, 22. 4. 2020 [cit. 2024-07-18]. Dostupné z: <https://www.redbull.com/cz-cs/moda-umeni-fashion-urban-rozhovor-upcycling-martina-feitova-recycle-store-prague>

Rozhovor se zakladatelkou Textile Mountain: Člověk kolem sebe potřebuje minimum věcí. Zajimej.se [online]. 2019, 29. 4. 2019 [cit. 2024-07-18]. Dostupné z: <https://zajimej.se/rozhovor-se-zakladatelkou-textile-mountain-clovek-kolem-sebe-potrebuje-minimum-veci/>

ZDROJE

- ¹ NIINIMÄKI, Kirsi, Greg PETERS, Helena DAHLBO, Patsy PERRY, Timo RISSANEN a Alison GWILT. The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment* [online]. 2020 [cit. 2024-01-10]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9](https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9)
- ² NIINIMÄKI, Kirsi, Greg PETERS, Helena DAHLBO, Patsy PERRY, Timo RISSANEN a Alison GWILT. The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment* [online]. 2020 [cit. 2024-01-10]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- ³ THOMAS, Dana. *Vláda módy: cena rychlé módy a budoucnost oblečení*. Přeložil Adéla BARTLOVÁ. Brno: Host, 2020. ISBN 978-80-275-0368-1.
- ⁴ ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. Ellen MacArthur Foundation [online]. 2017 [cit. 2024-01-10]. Dostupné z: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>
- ⁵ NIINIMÄKI, Kirsi, Greg PETERS, Helena DAHLBO, Patsy PERRY, Timo RISSANEN a Alison GWILT. The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment* [online]. 2020 [cit. 2024-01-10]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9](https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9)
- ⁶ NIINIMÄKI, Kirsi, Greg PETERS, Helena DAHLBO, Patsy PERRY, Timo RISSANEN a Alison GWILT. The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment* [online]. 2020 [cit. 2024-01-10]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9](https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9)
- ⁷ THOMAS, Dana. *Vláda módy: cena rychlé módy a budoucnost oblečení*. Přeložil Adéla BARTLOVÁ. Brno: Host, 2020. ISBN 978-80-275-0368-1.
- ⁸ BLABLA HUBKOVÁ, Veronika. *Příběh skříně: o tom, jak funguje módní průmysl* [online]. 2. vydání. Praha: vlastním nákladem, 2018 [cit. 2024-07-21]. ISBN 978-80-11-03401-6. Dostupné z: <https://www.veronikablablanca.cz>
- ⁹ NIINIMÄKI, Kirsi, Greg PETERS, Helena DAHLBO, Patsy PERRY, Timo RISSANEN a Alison GWILT. The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment* [online]. 2020 [cit. 2024-01-10]. Dostupné z: [doi:https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9](https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9)

ZDROJE

- ¹⁰ STEM. Při výběru oblečení je pro Čechy nejdůležitější cena, ke spotřebitelské zodpovědnosti se více hlásí mladší generace. STEM[online]. 2022 [cit. 2024-01-10]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/pri-vyberu-obleceni-je-pro-cechy-nejdulezitejsi-cena-ke-spotrebitelske-zodpovednosti-se-vice-hlasi-mladsi-generace/>

Praktická bakalářská práce **Udržitelná móda v České republice** – série publicistických rozhovorů

Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Grafická úprava Roxana Šiserová

Fotografie Roxana Šiserová, archiv respondentů

Praha, 2024

©Roxana Šiserová

