

Green Fashion

GIPUZKOA KLUSTERRA

GIPUZKOAKO MODA IRAUNKORREKO KLUSTERRA
CLÚSTER GUIPUZCOANO DE MODA SOSTENIBLE

Gipuzkoako Foru Aldundia
Ingurumena eta Obra Hidraulikoetako Departamentua

ETORKIZUNA ORAIN
Es futuro



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

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





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

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

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

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

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

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

José Ignacio Asensio Bazterra

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

Gipuzkoako Foru Aldundia
Diputación Foral de Gipuzkoa

ETORKIZUNA ORAIN
Es futuro

AURKIBIDEA / ÍNDICE

XEDEA / MISIÓN 5
CHECKLIST 6
SLOW FASHION NEXT 8

MODA

AKUKUNA 10
AMARENAK 12
ANE SAN JOSÉ 14
ASTORE 16
BASK 18
ERROR 20
FANNY ALONSO COUTURE 22
MAIDER ALZAGA 24
MARIPURI TIJERITAS 26
MINUSSE 28
MUNDO TÓXICO 30
LAVANDERA 32
LAZA CLOTHING 34
LEIRE SANTILLÁN 36
LUHEI 38
SKFK 40
T-WILD CLOTHING 42
TELARISTA URBANA 44
TERNUA 46
TWIN & CHIC 48
TYTTI THUSBERG 50

OSAGARRIAK / COMPLEMENTOS

DOUBLE USE-W 52
EKOMODO 54
KANTAURI 56
KOÖL 58
LAS COSAS DE VALEN 60
SINDESPERDICIO 62
ZOCCO HANDMADE 64

I+G+b / I+D+i

AEG 66
BALAB FACTORY 68
CIKLO 70

ETORKIZUNA ORAIN
Es futuro

Argitaratzailea / Edita:
GIPUZKOAKO FORU ALDUNDIKO INGURUMENEKO ETA OBRA HIDRAULIKOETAKO DEPARTAMENTUA
DEPARTAMENTO DE MEDIO AMBIENTE Y OBRAS HIDRÁULICAS DE LA DIPUTACIÓN FORAL DE GIPUZKOA
V6 / 2020

XEDEA

Gure bazkideen errealitatearen esentzia, haien bizipenak eta prospekzioa bilduz, eskualdeko ehungintza-industriak izan duen hazkundearen isla bat da katalogo hau, enpresa-mailan bere egitura gutxika irmotzen ari dela kontuan hartuta. Industria honetarako ad-hoc I+G estrategien diseinuari eta abiarazpenari estu lotutako garapena. Hala, estrategia horiek bide-orri bati jarraitzen diote, eta bide horretatik bultzatu nahi dugu sentsibilizazioa ehungintza-industriak sorrarazitako kutsadura prebenitzeko premiaren eta garrantziaren inguruan. Planetako bigarren industria kutsatzaileena da, uretara isurtzen diren toxikoen % 20aren erantzule. Horregatik, beharrezkoa da oraingo ekonomian hasitako aldaketa bultzatzea eta jarraitzea eta prozesu zirkular baterantz aurrerapausoak ematea, non gure diseinatzaileek tresna egokiak izango dituzten eskueran beren produkzioen zikloa modu jasangarri batean osatu ahal izateko.

Lan-baldintza duinak, produktu kimikorik gabeko tindagaiak, manufaktura osasungarria, material organikoak, ehunen birziklatzea; Slow Fashion edo moda jasangarriaren kontzeptuari esanahia ematen dioten balioetako batzuk, alegia. Hemen aipatzen dugun industriak, produktuaren azken estetikari ez ezik, jantzi bakoitzaren atzean dagoenari ere ematen dio lehentasuna, eta gero eta garrantzi handiagoa hartzen ari da, pronto moda edo fast fashion izenez ezagun den horren frankizia handien aldean. Jasangaitza dela antzematen den eredua, minidenboraldiak eskaintzen dituena, arropa erosi eta handik bost astetara baztertzeko pentsatuak.

Testuinguru horretan, garrantzi handia hartzen du paradigma berri batera aldatzeak, non erabili eta botatzearen kontzeptuaren ordez ekonomia zirkularra ezartzen den. Eredu hori zabalduta zegoen jadanik orain dela 20 urte, baina deslokalizazioa da gaur egun bere ordezkoa, eta horrek eragin du munduko fabrika gehienak Asian egotea. Hemen, gure hiriko ekonomia garatzeko eta kalitateko enplegua sortzeko aukera bat adierazten du moda jasangarriak, kontuan izanik gainera hondakinak baliabide bihurtzen eta ehun industrial nazional baten sorkuntzan laguntzen dugula horrela.

Izan ere, xede horretarako sortu genuen Moda Jasangarria Clusterra, helburu hirukoitz batekin: ingurumenaren, enpleguaren eta gure industriaren aldeko politikak babestea. Gure ustez, guri dagokigu herritarrei ematea moda jasangarriaren garrantziaz jabetzeko beharrezko tresnak eta ezagutza. Eta horrekin batera, Gipuzkoako ehungintza-industria gure eskualdeko ekonomiaren eragile bihurtzea.

MISIÓN

Esencia de la realidad de nuestros socios, sus vivencias y prospección de las mismas, el presente catálogo es un reflejo del crecimiento de una industria textil regional, que poco a poco va afianzando su estructura a nivel empresarial. Un desarrollo estrechamente vinculado al diseño y puesta en marcha de estrategias de I+D ad-hoc para esta industria, que siguen una hoja de ruta, con la que buscamos impulsar y sensibilizar sobre la necesidad e importancia en materia de prevención de la contaminación en la industria textil. Se trata de la segunda industria más contaminante del planeta, responsable del 20% de los tóxicos que se vierten al agua. Por ello, es necesario impulsar y continuar con el cambio iniciado en la economía actual y avanzar hacia un proceso circular en el que nuestros diseñadores cuenten con las herramientas adecuadas para poder completar el ciclo de sus producciones de manera sostenible.

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

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

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

GIPUZKOA KLUSTERRA

Green Fashion

checklist

	GEHIENEZKO PUNTUAZIOA
Ingurumen-irizpideak	**14**
A. Material organikoak eta iraunkorrak eta baliabide berriztagarriak erabiltzea.	5
B. Enpresaren ingurumen-ziurtagiriak.	2
C. Ekodiseinua. Diseinua asmatua izatea ondoren desanblatu, konpost bihurtu ahal izateko, Zero waste izateko, erabilera anitzetarako…	2
D. CO_2 emisioak gutxitzeko praktikak. Itsasontziz garraiatzea, kontsumo elektrikoa gutxitzea…	1
E. Hondakinak gutxitzeko politikak eta ekonomia zirkularra: materialak berrerabiltzea eta konpontzea, jantziak birziklatzea...	2
F. Prozesu toxikoak ez erabiltzea.	1
G. Packaging iraunkorra. Berau gutxitzea.	1
Irizpide sozialak	**6**
H. Izaera soziala duten ziurtagiriak. (zeintzuk) langileak babesteari begira ekoizpenean lan-araudia eta hitzarmen kolektiboak betetzeko, eta betiere lan-baldintza duinak eta laneko segurtasuna eta osasungarritasuna errespetatzeko.	1
I. Bidezko Merkataritzako irizpideak lehengaien ekoizleentzako ordainsariak bidezkoak izateko. (Fair trade edo antzeko ekintzak).	1
J. Tokiko ekoizpena (Iberiar penintsula) guztizko bolumenaren %30 gutxienez izatea.	2
K. Solidaritatea: irabazi asmorik ez duten beste Ekimen batzuk babestea, gizartearen / ingurumenaren onurarako direnak; enpresaren irabazien zati bat beste ekimen sozial batzuk –nazionalak nahiz nazioartekoak– garatzeko bideratzea, elkarteetan parte hartzea sarea hedatzeko eta aldaketan parte izateko. Kolektibo kaltetuak integratzeko praktikak burutzea, eta genero-berdintasuna bultzatzen dutenak.	1
L. Irizpide kulturalak, ehungintzako tradizioak errespetatzea eta haien balioa nabarmentzea (brodatua, ziri-enkajea, estanpatzeko teknika tradizionalak, ehotzea…).	1

Moda iraunkorra, "moda etikoa" edo "slow fashion" ere deritzana, diseinuaren munduan garatzen ari den filosofia batean sartzen da, ingurumenaren babesa eta gizartearen erantzukizuna oinarritzat dituen sistema bat sortzea helburutzat hartuta. Joera hori progresibotzat jo behar da, eta beren ingurunea errespetatzen duten estrategia korporatiboak ekarri behar ditu berekin.

GK Green Fashion-ek gai horretan hartua duen konpromisoak Check List bat taxutzera eraman gaitu, katalogo hau osatzen duten marken zeregina indartu eta hobetzeari begira, gero eta modu ekologikoagoetarantz aurrera egiteko usten sendoak bultzatuta.

Hain zuzen ere, inklusiboagoak izateko eta iraunkortasun indize handiagoak lortzeko asmoz aztertzen ditugu firmen irizpideak, gizarteari eta ingurumenari lotutakoak. Integratzaileak edo inklusiboak, progresiboak, sistemikoak, eta azkenik, profesionalak direlako bereizten dira, azken produktuaren kalitateari, ekoizpen-prozesuaren egiazkotasunari, komertzializazioari eta jabetza intelektualaren errespetuari dagokienez.

Hala, Gipuzkoako Foru Aldundiko Ingurumen Departamentutik, funtsezkotzat jotzen dugu aliantzen eta lankidetzen politika bat indartzea moda iraunkorraren agertokiko elkarteekin eta eragileekin sinergiak sortu eta norabide beretik aurrera egin ahal izateko.

También conocida como "moda ética" o "slow fashion", la moda sostenible forma parte de una creciente filosofía del mundo del diseño que busca crear un sistema apoyado en términos medioambientales y de responsabilidad social. Una tendencia que debe entenderse con carácter progresivo y, que dé lugar a estrategias corporativas respetuosas con su entorno.

El compromiso de GK Green Fashion en dicha materia, nos ha conducido al diseño de un Check List que potencie y mejore la labor de las marcas que conforman el presente catálogo en la firme convicción de avanzar hacia términos cada vez más ecológicos.

Es por ello que, en aras de ser más inclusivos y con la idea de conseguir unos mayores índices de sostenibilidad, llevamos a análisis los criterios sociales y medioambientales de las firmas. Estos se caracterizan por ser integradores o inclusivos, progresivos, sistémicos, y por último, profesionales, en cuanto a calidad del producto final, veracidad en el proceso de producción, comercialización y respeto por la propiedad intelectual.

Así, desde el Departamento de Medio Ambiente de la Diputación Foral de Gipuzkoa, consideramos fundamental potenciar una política de alianzas y colaboraciones con asociaciones y agentes del panorama de la moda sostenible, que nos permita generar sinergias, y avanzar en una misma dirección.

	PUNTUACIÓN MÁXIMA
Criterios medioambientales	**14**
A. Uso de materiales orgánicos, sostenibles y de recursos renovables.	5
B. Certificaciones medioambientales de la empresa.	2
C. Ecodiseño. Diseño para su posterior fácil desamblaje, compostable, Zero waste, multifuncionalidad…	2
D. Prácticas de reducción de emisiones de CO2. Transporte vía barco, reducción de consumo eléctrico…	1
E. Políticas de reducción de residuos y economía circular: reutilización y reparación de materiales, reciclado de prendas…	2
F. No uso de procesos tóxicos.	1
G. Packaging sostenible. Reducción de este.	1
Criterios sociales	**6**
H. Certificados de índole social. (cuales) para en la producción cumplir para con los trabajadores con la normativa laboral, con los convenios colectivos, y en todo caso respetar condiciones laborales dignas y seguridad y salubridad en el trabajo.	1
I. Criterios de Comercio Justo para una retribución justa para productores de materias primas. (Fair trade o acciones similares).	1
J. Producción local (Península Ibérica) en un mínimo del 30% del volumen total.	2
K. Solidaridad: apoyar otras Iniciativas sin ánimo de lucro que reviertan en beneficios sociales / medioambientales; destinar parte del beneficio empresarial al desarrollo de otras iniciativas sociales, nacionales e internacionales, participación en asociaciones para extender la red y ser parte del cambio. Llevar a cabo prácticas de integración de colectivos desfavorecidos, y que promuevan la igualdad de género.	1
L. Criterios culturales, respeto por las tradiciones textiles y puesta en valor de las mismas (bordado, encaje de bolillos, técnicas tradicionales de estampación, tejer…).	1

SLOW FASHION NEXT

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

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

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

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







Zure ustez zein da moda jasangarriak betetzen duen zeregina ingurumena babesteko eta klima aldaketaren aurkako borrokan?
Funtsean, bigarren industria kutsagarriena da. Gainera, batere zentzurik ez duen kontsumo premia ezarri da. Jabetzen hasi beharrean gaude zer dagoen hain prezio baxuen atzetik.

Moda jasangarria tokiko modaren mundua hazi eta dinamizatzeko aukera bat izan daiteke?
Jakina, tokiko ekonomiak sortzen hastea da kontua, eta haiek sendotzea. Nahitaezkoa da materiak ekoizten hastea, eta materia horiek modu garbi batean transformatzen hastea, eta gazteen lana bultzatzea.

Zure iritziz materia berritzaileei (hondakinetatik edo birziklatzetik sortuak) eman behar zaie lehentasuna eta jatorritik erauzitako materialen kontsumoa baztertu? Zergatik?
Bai, noski, materia horiek ez dute aurreneko ekoizpen etapa hori behar. Beraz, ingurunean ditugun materiak berrerabiltzen arituko ginateke, naturako baliabideak ustiatu gabe.

Moda jasangarriak zer erronkari egin behar dio aurre etorkizunari begira gorantz doan sektore berritzaile bat izateko?
Hilabetean 10 kamiseta 5€-tan kontsumitu ditzakegula esanez engainatu gaituzte; ez dugu zertan hainbeste kontsumitu, hobeto kontsumitzea baita kontua. Erronka nagusia hauxe da, moda jasangarriak maila guztietan gehitzen duen balioa ezagutzera ematen hastea.

Nola lagundu behar dute administrazio publikoek moda jasangarria bultzatzen? Garrantzizkoa iruditzen al zaizu moda-lerro hau ikusgai jartzea kontsumo arduratsua zabaltzen hasteko?
Zalantzarik gabe, administrazio publikoek gaitasuna dute egitura horiek sortu ahal izateko, jasangarritasunaren alde apustu egiten duten enpresak prestatu, kontzientziatu eta haiei nabaritasuna emateko. Elkarrekin lortu ahal izango dugu hori.

¿Qué papel considera que la moda sostenible juega en la protección del medio ambiente y en la lucha del cambio climático?
Fundamental, se trata de la segunda industria más contaminante. Además, se ha establecido una necesidad de consumo que no tiene sentido. Debemos de empezar a ser conscientes de lo que hay detrás de unos precios tan bajos.

¿Considera que la moda sostenible puede ser una oportunidad de crecimiento y de dinamización del mundo de la moda a nivel local?
Totalmente, se trata de empezar a crear economías locales y fortalecerlas. Es fundamental empezar a producir materias, es fundamental empezar a transformar esas materias de una manera limpia e impulsar el trabajo de los jóvenes.

¿En su opinión las materias innovadoras (procedentes de residuos o reciclaje) deben priorizarse frente al consumo de materiales de nueva extracción? ¿Por qué?
Sí, efectivamente, estas materias eliminan esa primera etapa de producción. Por lo tanto, estaríamos reutilizando materias que ya están en el ambiente sin explotar los recursos de la naturaleza.

¿A qué retos debe enfrentarse la moda sostenible a futuro para ser un sector emergente e innovador?
Nos han contado la falacia de que podemos consumir 10 camisetas al mes a 5 €, no necesitamos consumir tanto, sino consumir mejor. El gran reto es empezar a transmitir el valor que aporta la moda sostenible a todos los niveles.

¿Cómo deben contribuir las administraciones públicas a la moda sostenible? ¿Cree que es importante visibilizar esta línea de moda de cara al consumo responsable?
Totalmente, las administraciones públicas tienen la capacidad de poder generar esas estructuras para formar, concienciar y dar visibilidad a las empresas que opten por la sostenibilidad. Juntos podemos conseguirlo.



SLOW FASHION NEXT



GEMA GÓMEZ
fundatzailea / fundadora

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

GUZMANIA,10
28039 MADRID
slowfashionnext.com

Akukunaren sortzaile den Soniak badaki haur-modan ez duela guztiak balio. Hori dela eta, marka eratu zenetik, patroi onak eta diseinu landuak egiten dituzte eta jantzigintzan % 100 ekologikoak diren eta GOTS ziurtagiria duten ehunak erabiltzen dituzte. Akukunaren eskaintzak erantzuten dio seme-alaben larruazalerako arropa naturalak bilatzen dituzten, baina, era berean, kalitateko eta estilo oneko diseinuak eta akaberak nahi dituzten gurasoen eskariari. Edonola ere, arlo horretan bide luzea dago aurrera egiteko. Hori dela eta, markan jarri du arreta Akukunak, eta helburua da nazioko saltoki gehiagotara zabaltzea eta Europa Iparraldekoen gisako merkatu helduetan presentzia handiagoa lortzea; izatez, Europa Iparraldeko familia askori ez zaie burutik pasatzen ehun ekologikoekin egindakoak ez diren haur-arropak erostea.

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





checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	1	2	1	2	1	1	1	1	1	0	0	**16**







Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Akukunak sei puntu nagusi ditu oinarri: % 100 ekologikoak diren ehunak erabiltzea, arropa tokian bertan egitea, patroi onak egitea, ehunetan eta tinduetan produktu kimikorik ez duten arropak egitea, diseinu landuak izatea eta erabilera anitzeko arropa sortzea. Ehun ekologikoak eta patroigintza dira gure balio bereizgarriak.

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

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Gure produktuetan ehunak % 100ean ekologikoak dira, GOTS zigiluarekin ziurtatutako ehunak. Halako ehunak erabiltzeak bereizten eta definitzen ditu gure produktu guztiak.

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

¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Los puntos fuertes de Akukuna son: tejidos 100% ecológicos, elaboración local, buen patronaje, diseños elaborados y prendas versátiles. Nuestro valor diferencial es la calidad de nuestros patrones; bien hechos, en los que combinan originalidad, comodidad y armonía, lo que se refleja también en los acabados de las prendas.

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

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Para el 100% de nuestros productos utilizamos tejidos que sean ecológicos, certificados con el sello GOTS. El uso de este tipo de tejidos diferencia y define a todos nuestros productos.

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

akukuna



SONIA CEPA GARCÍA
fundatzailea / fundadora

akukuna@akukuna.com
M. 665 35 00 98

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

Amarenak

www.amarenak.com

Amarenak-en istorioa hasten da Oihanek, marka honen fundatzaileak eta diseinatzaileak, Kaiku bat oinordetzan hartu zuenean, bere amarena eta aurretik amonarena izan zena. Euskal arrantzaleek eta itsasgizonek erabiltzen zuten beroki tradizionala, Oihanek hainbat urtetan berekin eraman ohi zuena munduan zehar egin izan dituen bidaietan.

Hondatuta zegoenez, berri bat aurkitzen saiatu eta orduan konturatu zen nekez aurki zitekeela bat. Orduantxe bururatu zitzaion halako jantzi bat berreskuratzeko ideia, eta halaxe erabaki zuen bere jaioleku Donostiara itzultzea aspaldiko jantzi hori eta galzorian diren beste jantzi tradizional batzuk berrasmatu eta aire berri bat emateko asmotan.

Amarenak, "de la madre", en euskera, comienza su historia cuando Oihane, fundadora y diseñadora de Amarenak, heredó el Kaiku que había sido de su madre y antes de su abuela. Una prenda de abrigo tradicional que utilizaban los pescadores y marinos vascos, y que acompañó a Oihane durante muchos años en sus viajes por el mundo.

Cuando, por su deterioro, quiso hacerse con uno nuevo, constató que prácticamente había desaparecido. Cobra vida entonces la idea de recuperar su antigua chaqueta y decide regresar a su Donostia natal para reinventar y dotar de aire fresco a ésta y otras prendas tradicionales al borde del olvido.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
3,5	0	1,5	1	1	1	1	1	1	2	1	1	**15**

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Jantzi bakoitzaren atzetik istorio bat dago. Jantzia gauzatzen duten pertsonak eta hari buruzko istorioa idazten jarraitzen duen erabiltzailea. Gure jantziak km0 dira (oihaletik hasi eta joskintzaraino). Hemen bertan eta artisau erara lan egiten dugunez, gure edizioak mugatuak eta zenbakituak dira, eta jantzi pertsonalizatuak ere eskaintzen ditugu. #janztekoistorioak egiten ditugu.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Harago begiratzen dakiten pertsonak dira, estiloa eta nortasuna dutenak, zerbait bereziren bila dabiltzanak eta horren atzetik zer dagoen jakin nahi izaten dutenak. Beren jantzien bitartez espresatzen diren pertsonak, modak gidatzen utzi gabe eta arropak denboraldi baterako baino gehiagorako ikusten dituztenak.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Ehun naturalak, tokikoak batik bat. Neguan, artile birjinaz egindako oihalak (Leon), batzuetan kaxmirrekin leunduak; eta udan, liho frantsesa eta kotoia, Iparraldean ehotakoak.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Europako hainbat hiritan egon nahi genuke, Madrilen, Bartzelonan, Londresen, Berlinen edo Parisen esaterako, eta zergatik ez, putzua zeharkatu. Gure helburua da gure #janztekoistorioak bidaian eramatea eta munduan zehar zabaltzea.









¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Detrás de cada prenda hay una historia. Personas que lo hacen posible y un usuario que continúa escribiéndola. Nuestras prendas son km0 (desde el tejido a la confección). Al trabajar de manera local y artesanal nuestras ediciones son limitadas y numeradas, y ofrecemos también prendas personalizadas. Hacemos #historiasquesellevanpuestas.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Nos orientamos a personas que sepan mirar más allá, con estilo y personalidad, que buscan algo especial y les gusta saber qué hay tras ello. Personas que se expresan a través de sus prendas, sin dejarse llevar por las modas y que creen en la ropa para más de una temporada.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Tejidos naturales, preferiblemente de procedencia local. En invierno, paños de lana virgen de oveja merina (León), a veces suavizados con cashmere; y en verano, lino francés y algodón, tejidos del País Vasco francés.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Nos gustaría estar presentes en ciudades europeas como Madrid, Barcelona, Londres, Berlín o París y por qué no, cruzar el charco. Nuestro objetivo es que nuestras #historiasquesellevanpuestas viajen y se expandan por el mundo.

Amarenak



OIHANE PARDO
fundatzailea / fundadora

helloiskaixo@amarenak.com
M. 644 46 30 71

TABAKALERA
ANDRE ZIGARROGILEEN PLAZA, 1 - 4.a
20012 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
amarenak.com

Ane San José diseinatzailea gelditu gabe ibili da bere bi zaletasunak, artea eta moda, konbinatzeari ekin zionetik. 2013an hasi zuen bere ibilbidea, Arte Ederretan lizentziatu ondoren, eta hiru bilduma ditu dagoeneko izen hauekin: Txuri&beltza, Olas eta Ura. Globo-itxurako bere diseinuak ikustean airean gora ibiltzea eta arintasuna datozkigu burura. Molde garbiak, minimalistak eta sinpleak dira, jantzi garaikideak eta atenporalak eratzen dituztenak. Jantzi gizatiarrak, natura hurbiltzen digutenak.

Sortze-prozesua interesatzen zaio Aneri; hark ez du zalantzarik egingo bere erara egiteari eta desegiteari ekiten dionean azken emaitza lortzen duen arte. Hasierako ideia argien gauzatzea asmotzat duen lana, alegia.

Desde que la diseñadora Ane San José combinara sus dos pasiones, el arte y la moda, no ha podido parar. Comienza su andadura en el año 2013, tras licenciarse en Bellas Artes, y ya tiene en su haber tres colecciones denominadas: Txuri&beltza, Olas y Ura. Sus diseños, en forma de globo, nos hablan de elevación y ligereza sobre la tierra. Sus cortes limpios, minimalistas y sencillos, dan forma a unas prendas contemporáneas y atemporales que nos acercan una naturaleza muy humana.

El proceso de creación es lo que le interesa a Ane, que no duda en componer y descomponer a su modo hasta llegar al trabajo final. Una labor que pretende ser la realización más clara de la idea inicial.





checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
4	0	1,5	0,9	1,9	0,9	0,9	0,9	0,9	2	0,5	0,5	**14,9**

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Gure diseinuak ezaugarri hauengatik bereizten dira: iraunkorrak, finak, dotoreak eta unisex dira, eta zuri-beltza dute oinarri. Bestalde, Donostian ekoiztutako jantziak dira.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Xedetzat dugun publikoa 20 eta 45 urte bitarteko emakumeak eta gizonak dira. Beren silueta sotilki markatu nahi duten gizonez eta emakumeez ari zaigun marka da.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Gure jantziak oihal iraunkorrez osatuta daude: kotoia, zetak, gasak eta abar.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Bai nazio mailan bai nazioartean egon nahi genuke; Herbehereak egon litezke gure lehentasunen artean.







¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Nuestros diseños se caracterizan por ser sostenibles, delicados, elegantes y unisex, sobre una base de blanco y negro. Por otro lado, se trata de prendas con una producción localizada en San Sebastián.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Nuestro público objetivo son mujeres y hombres de 20 a 45 años. La marca habla de un hombre y una mujer que quieren resaltar su silueta de forma sutil.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Nuestras prendas se comprenden de telas sostenibles como algodones, sedas, gasas, etc.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Nos gustaría estar presentes tanto a nivel nacional como internacional, los Países Bajos podrían contar entre nuestras preferencias.

Ane San José



ANE SAN JOSÉ
moda-diseinatzailea /
diseñadora de moda
Slow Fashion Designer

M. 695 78 13 43
aloha@anesanjose.com

ANE SAN JOSÉ BRAND
PASEO DE GALICIA, 5 - 20015
DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN (GIPUZKOA)
anesanjose.com

ASTORE

Pertsona aktiboentzako marka da Astore, hirian pilak kargatzen dituzten horientzat. Edozerekin konformatzen ez diren pertsonak, euren burua egunero gainditu nahi dutenak kirol-jantzi urbanoekin, kalitate teknikoa, berrikuntza eta gure ingurunearekiko errespetua baliotzat hartuta. Euskal diseinuko marka honek bere esentziarekin konektatzen du gure jendea, berdingabe eta, aldi berean, zerbaiten parte sentiaraziz.

Astore es la marca para las personas activas que cargan sus pilas en la ciudad. Personas inconformistas que buscan superarse a sí mismas cada día con prendas deportivas urbanas de calidad técnica, innovadoras y respetuosas con nuestra tierra. Una marca de diseño vasco que conecta a nuestra gente con su esencia, haciéndoles sentir únicos y a la vez parte de algo.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	0	2	1	2	1	0	1	0	2	1	0	15

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Marka gisa, kirola, euskal diseinua, berrikuntza eta jasangarritasuna dira gure ardatzak. Material jasangarriak eta kalitatezkoak erabiltzen ditugu, eta diseinatzen ditugun kirol-jantziak janzten errazak, erosoak eta urbanoak dira.

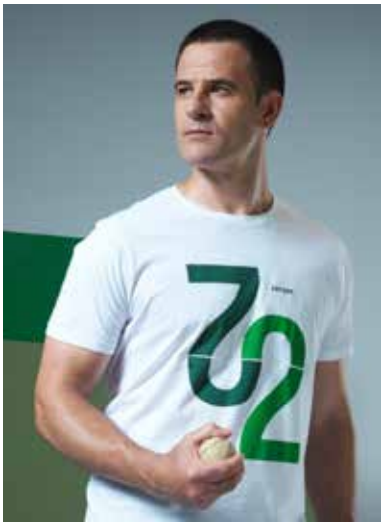
Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Kirola egitea edo janzteko garaian kirol estiloa gustatzen zaien gazteak. Ingurumenarekin konpromisoa hartua duten gazteak, eta kontsumo arduratsua egiten dutenak.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Gure bilduma gehienak kotoi organikoz eginak daude. Gainera, Tencel erabiltzen dugu, zuntz % 100 naturala, landareetan sorburua duena, eta kotoia bezala, zuraren pulpatik lortzen dena erabat ekologikoa den fabrikazio-prozesu baten bitartez. Eta Aspe eta Asegarceko pilotari profesionalentzat diseinatutako gure kamisetetan plastikozko botilak birziklatzetik lortutako ehuna erabili dugu (PET), Urak Dakarrena proiektuaren bitartez Kantauri itsasoan bildutakoak.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Euskadi eta Nafarroa dira gure merkatu nagusia. Gainera, online denda bat dugu maila nazionalean ere saltzeko.







¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Nuestros ejes como marca son el deporte, el diseño vasco, la innovación y la sostenibilidad. Utilizamos materiales sostenibles y de calidad, diseñando prendas deportivas fáciles de poner, cómodas y de estilo urbano.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
A jóvenes que les gusta practicar deporte o el estilo deportivo a la hora de vestir. Jóvenes comprometidos con el medio ambiente y que realizan un consumo responsable.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
La mayoría de nuestra colección está confeccionada con algodón orgánico. Además, utilizamos el Tencel, una fibra 100% natural, de origen vegetal, que al igual que el algodón, se obtiene a partir de la pulpa de la madera mediante un proceso de fabricación totalmente ecológico. Y en nuestras camisetas diseñadas para los pelotaris profesionales de Aspe y Asegarce hemos utilizado tejido proveniente del reciclado de botellas de plástico PET recogidas del Cantábrico a través del proyecto Urak Dakarrena.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Nuestro mercado principal es Euskadi y Navarra. Además, tenemos una tienda online con la que también vendemos a nivel nacional.

ASTORE



GABRIELA ZUÑIGA
marketin zuzendaria /
directora de marketing

m.zuniga@ternuagroup.com
T. 943 71 20 34

POL. IND. KATAIDE 25B, 20500
ARRASATE–MONDRAGÓN
(GIPUZKOA)
astore.es



Jantzi jasangarrien marka bat da Bask, mundua aldatzeko gogoz, bizi-estilo abenturazalea hezurmamitzen duena. Gure ingurunea errespetatzeko mezuak zabaltzea da asmoa, eta zer aldatu behar den erakustea, planetari egiten zaion kaltea murrizteko. Ekonomia zirkularra erabiltzen dute jantzigintzan, dauden elementuak berrerabiliz, eta tokikoa sustatzen dute.

Ehunki birziklatuak eta produkzioa tokiko diseinatzaileekin eta jostunekin egiten dira, ekonomia sozialaren bitartez. Ekimenak antolatzen dituzte BASK komunitatea elkartzeko eta pertsona gehiago gonbidatzeko, etorkizun jasangarriagoaren alde borroka egitea helburu hartuta.

Ezinbestekoa da erabateko aldaketa, norberarengandik hasita. Kontsumo arduratsu eta jasangarri baterantz izan behar du aldaketak.

Bask es una marca de ropa sostenible que encarna un estilo de vida aventurero con ganas de cambiar el mundo. Busca difundir mensajes de respeto por lo que nos rodea y mostrar qué hay que cambiar para que el daño al planeta disminuya. Emplean la economía circular para la confección, reutilizando elementos existentes, además de fomentar lo local.

Las telas recicladas y la producción se hacen con diseñadoras y costureras locales mediante economía social. Organizan iniciativas para juntar a la comunidad BASK e invitar a más personas para luchar por un futuro sostenible.

Se necesita un cambio radical que empieza por cada uno. Un cambio hacia un consumo responsable y sostenible.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	2	0	1	2	0	1	1	0	2	1	0	15

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Jasangarritasuna eta gardentasuna. Ehunki birziklatuak erabiltzen ditugu, hondakin gehiago sorraraztea eragozteko, eta produkzio-ziklo laburragoa eta jasangarria eratzen dugu. Tokiko produkzioarekin eta joskintzarekin, produktua eta marka garatzeko behar den guztia erakusten diogu bezeroari, hasieratik amaierara arte.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Planetaren errespetuan eta zaintzan sinesten duten pertsonak dira, baliabideak ez agortzeko eta planeta arriskuan ez jartzeko jarrerak eta ohiturak hartuak dituztenak. Eta etorkizunarekiko erantzukizuna beharrezkotzat ikusten dutenak. Komunitate abenturazalea da, naturan galdu, natura ezagutu eta maite duena.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Material birziklatuak, jadanik erabiltzen ez diren jantziak eraldatzeko prozesu batean sorburua duten ehunkiak. Etengabe aritzen gara material jasangarriagoen bila, gero eta handiagoa baita ezagutza. Horrela, handiagoa da ingurumenean inpaktu positiboa sortzeko gogoa.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Gainerako probintzietara eta peninsulara hedatzea da gure asmoa. Hori kudeatu ahal izan eta gero, nazioarteko merkatura salto egitea, betiere balioei eutsiz eta gure helburuetara hurbilduz; ingurumenak babesik behar izango ez duen planeta bat eraikitzea.







¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Sostenibilidad y transparencia. Usamos tejidos reciclados, evitando generar más residuos y creando un ciclo de producción más corto y sostenible. Con producción y confección local, mostramos al cliente todo lo necesario para desarrollar el producto y la marca, de inicio a fin.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Personas que creen en el respeto y cuidado del planeta, con actitudes y costumbres para no agotar los recursos ni poner en peligro al planeta y que sienten responsabilidad por el futuro. Una comunidad aventurera que quiera perderse en la naturaleza, conocerla y amarla.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Materiales reciclados, telas que nacen de un proceso de transformación de prendas en desuso. Buscamos continuamente materiales más sostenibles dado que el conocimiento aumenta. Con ello, las ganas de crear impacto positivo en el medio ambiente, es mayor.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Queremos abrirnos a las demás provincias y península. Una vez podamos gestionarlo, lanzarnos al mercado internacional, siempre que mantengamos los valores y nos acerquemos a nuestro objetivo; construir un planeta donde el medio ambiente no necesite protección.





JON KAREAGA - UXUE DEL RÍO
bazkide sortzaileak / socios fundadores

M. 689 262 878
brandbask@gmail.com

IRUN (GIPUZKOA)
bask.eus

ERROR

Zer da errorea? Orain ikusiko duzu…

Kontua ez da zer adinekoa zaren, ez eta zer
belaunaldikoa ere. Emozio bat da.
Ez da zure generoa, zure jarrera baizik.
Egon zara inoiz hain mozkor zure izena ahazteraino?
Tira, zure *crush*arena.
Jarraitzen didazu?
Gogokoen duzuna egitea da, *zer esango*
dute horren beldur izan gabe.
Sentitzen duzuna egitea da. Egiten duzuna sentitzea.
Sexua da, kea.
Azkeneko esprinta da, eta gero
lokian taupadak sumatzea.
Zu eta besteen arteko aldea da.
Azukre hutsa da.
Hype da.
Bakana, bitxia eta ausarta.
Errore bat zena asmatuta.
Desioaren askapena.
Jasangarritasuna estilo bilakatua.
Error sinesten duzun horretan
borrokatzeko prest egotea da.

Iraultza bati ekin nahi diot.

¿Qué es error? Verás…

No se trata de tu edad ni de tu
generación. Es una emoción.
No es tu género, sino tu actitud.
¿Has estado tan bebido alguna vez
que has olvidado tu nombre?
Venga, el de tu *crush*.
¿Me sigues?
Es hacer lo que más quieras sin miedo al *qué dirán*.
Es hacer lo que sientes. Sentir lo que haces.
Es sexo, humo.
Es el último esprín y notar las
palpitaciones en la sien después.
Es la diferencia entre tú y los demás.
Es azúcar puro.
Es hype.
Algo único, raro y sin miedo.
Un error convertido en acierto.
La liberación del deseo.
Es la sostenibilidad hecha estilo.
Error es estar preparado para luchar
por aquello en lo que crees.

Quiero empezar una revolución.





checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	0	2	1	2	0	1	1	1	2	0	1	**16**

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Errorstore-n pertsonen, lan duinaren eta I+Gren alde egiten dugu apustu.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Target inkonformista, aktibo eta konprometitu bat.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Upcycling materialak, I+Gn garatuak, baita material organikoak ere.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Skate eta Surfaren merkatua.





¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
En Errorstore apostamos por las personas, el trabajo digno y el I+D.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Enfocado a un target inconformista, activo y comprometido.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Materiales upcycling desarrollados en I+D así como materiales orgánicos.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
El mercado del Skate y Surf.

ERROR



SAMUEL PRINCE
zuzendari kreatiboa / director creativo

M. 678 297 865
info@errorstore.com

PZA. CIGARRERAS 1 - 4º PLANTA
DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN (GIPUZKOA)
errorstore.com

Fanny Alonso
[couture]

Fanny Alonso Collantes Donostian jaioa da eta Andoainen bizi da. Oso gazte zela hasi zituen moda-diseinuko ikasketak, patroigintza, ebaketa eta jantzigintzako ikasketekin batera. Bere bizitza beti egon da sormenari lotua, barru-barruan daraman zerbait baita. Hala, sortze fasean dago beti. Eguneroko bizitzako unerik arruntenetan aurkitzen du inspirazioa, edozein gauza edo egoeratik sortua; baina betiere jabetuta diseinatzaile batek, edozein modalitatekoak, inoiz ez duela bere esentziatik urrundu behar.

Artisau-lanari, eskulangintzari zeharo lotutako marka eta diseinu baten alde egin du apustu; bera arduratzen da, pausoz pauso, fabrikazioaz. Orain, ehunki eta material naturalekin ari da berritzen, bere marka gero eta jasangarriagoa izan dadin lortzeko.

Fanny Alonso Collantes, natural de Donostia y afincada en Andoain, inició sus estudios de diseño de moda muy joven, compaginando estudios de patronaje, corte y confección. Su vida siempre ha estado vinculada a la creatividad, algo de lo que no puede desvincularse. Está continuamente en fase creativa. En los momentos más cotidianos de la vida diaria encuentra inspiración, surge de cualquier cosa o situación; pero teniendo claro que un diseñador, de la modalidad que sea, nunca puede separarse de su esencia.

Apuesta por una marca y diseño totalmente artesanal, fabricación a mano; que ella misma realiza paso a paso. Actualmente, está innovando con telas y materiales naturales para hacer que su marca sea cada vez más sostenible.





checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
2	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	11







Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Artisau-lana. Denbora, kontu handia, maitasuna eta dedikazioa daude pieza bakoitzaren atzean. Edizio mugatuak, esentzia inoiz galdu gabe. Ondo egindako tokiko lanaren aldeko apustua.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Era eta adin guztietako emakumeak. Gaurko emakume aktiboa eta independentea, janztean bereizi nahi duena.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Udaberri-uda bildumarako kotoi % 100 naturalekin lan egin dut. Ehun goxoak, jatorri eta etorki ziurtagiriarekin, erantzukizun sozialaren pean erosiak.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Oraingoz tokiko merkatuan mugitzen naiz baina jende gehiagorengana iritsi nahi nuke. Merkatu nazionala eta Europakoa litzateke helmuga bikaina; eta baita denda fisiko bat irekitzea ere.

¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Trabajo artesanal. Detrás de cada pieza hay tiempo, mimo, cariño y dedicación. Ediciones limitadas con una esencia de la cual no puede separarse. Apuesta por el trabajo local y bien hecho.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Mujeres de todo tipo y todas las edades. Una mujer actual, activa e independiente que quiera ser diferente a la hora de vestir.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Para la colección de primavera-verano he trabajado con algodones 100% naturales. Telas cálidas con certificado de origen y procedencia, adquiridas bajo una responsabilidad social.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
De momento me muevo en el mercado local, pero me gustaría llegar a más gente. El mercado nacional y europeo sería una gran meta; al igual que abrir una tienda física.

Fanny Alonso
[couture]



FANNY ALONSO COLLANTES
fundatzailea / fundadora

fannycrea2001@hotmail.com
M. 666 444 904

AITA LARRAMENDI, 28 1D.
20140 - ANDOAIN (GIPUZKOA)

@fannyalonsocouture

MAIDER ALZAGA

Maider Alzaga emakumeentzako arropa-firma bat da. Duela hamar urte hasi zuen bere ibilbidea eta etengabe egin du aurrera gaur egun dena izateraino: marka kontsolidatu bat, berezko estilo argi batekin. Bere diseinuak erraz antzematen ditu publikoak, egunetik egunera heltzen doazen emakumeek osatuak.

Oso jantzi eroso eta urbanoek osatzen dituzte bere bildumak, modari eta maitasunez egindako gauzei hurbiletik jarraitzen dieten emakume kosmopolitei zuzenduak. Jantzi bakoitzean eskakizun-maila handia antzeman daiteke, patroigintzan, ebaketan eta jantzia egiteko moduan.

Maider Alzaga es una firma de ropa para mujer que comenzó su andadura hace ya una década y que ha experimentado una constante progresión hasta llegar a ser hoy en día una marca consolidada y con un claro estilo propio. Sus diseños son fácilmente reconocibles por un público de mujeres que cada día que pasa es mayor.

Sus colecciones se componen de prendas muy cómodas, de carácter urbano, dirigidas a la mujer cosmopolita, enganchada a la moda y a las cosas hechas con mimo. Cada prenda lleva impresa una alta exigencia técnica en el patronaje, el corte y la confección.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	0	1	1	2	1	1	1	1	2	0	0	15

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Maider Alzaga firmatik moda etiko eta arduratsu baten alde egiten dugu apustu, gizarteari eta ingurumenari begira. Ehun organikoekin eta tokiko produkzioarekin. Jantzi bakoitza tokiko tailerretan dago egina % 100ean; "Made in Basque Country"ren eta moda jasangarriaren aldeko apustua. Maider Alzagan ziur gaudelako balioak baztertu gabe kontsumitu daitekeela moda.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Emakume ausarta, desberdina eta modernoa, erosotasuna lehentasuntzat duena, berezia izateari utzi gabe. Nortasun handiko emakumea, jantzia erabiltzen duena espresatzeko.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Kotoizko puntu organikoa, biskosa, poliamida, poliester birziklatua, ehun elastikoa bati, erosotasuna ematen duelako. Testura goxoa duten ehunak ditugu gustuko, baita estetika berezi bat eta kolore soilak ere. Oso selektiboak gara ehunak aukeratzerakoan, patroigintzarekin batera horrek bereizten baikaitu beste marka batzuetatik.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Gure merkatua Bartzelonara eta Madrilera zabaldu nahi genuke, eta gure produktua Frantzian ondo egokituko litzateke.







¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Desde Maider Alzaga apostamos por una moda ética y responsable, con la sociedad y el medio ambiente. Con tejidos orgánicos y una producción local. Cada prenda se produce en talleres 100% locales, apostando siempre por el "Made in Basque Country" y la moda sostenible. Porque en Maider Alzaga creemos que se puede consumir moda con valores.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
A una mujer atrevida, diferente y moderna, que tenga como prioridad la comodidad, pero con un sello personal. Una mujer con personalidad, y carácter propio, que se apoya en la ropa como modo de expresión.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Punto de algodón orgánico, viscosa, poliamida, poliéster reciclado, siempre tejido elástico porque nos aporta comodidad. Buscamos siempre tejidos con una textura "goxua" y una estética especial y colores sobrios. Somos muy selectivos a la hora de elegir nuestros tejidos, porque junto con el patronaje es lo que nos distingue de otras marcas.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Nos encantaría ampliar nuestro mercado a Barcelona y Madrid, también creemos que encajaría nuestro producto en Francia.

MAIDER ALZAGA



MAIDER ALZAGA
fundatzailea / fundadora

maideralzaga@maideralzaga.com
M. 669 11 51 67

USURBIL (GIPUZKOA)
maideralzaga.com

maripuritijeritas

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

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

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

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



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	0	1,5	0,5	1,5	1	1	1	0,75	2	0,5	1	**15,75**

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

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

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Nire jantziak, batez ere, kotoi organikoz eta merino artilez eginak daude.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Normalean nire produktuak estatuan (Bartzelona, Madril, Galizia...) saltzen ditut. Euskadin da gutxien saltzen dudan lekua. Nire ustez, kontsumo arduratsuarekin lotuta, euskal kontsumitzailearen kontzientziazio ezaren ondorio da. Oraindik "marka ezagunak" erosteko joera handia dagoen arren, honako galdera hau egin beharko genuke: Nondik dator arropa hori? Benetan behar dut?







¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Mi marca se caracteriza por contar con un diseño propio y acabados cuidados. Por otro lado, realizo una elección de materiales naturales y sostenibles, y desarrollo una producción local. Son prendas cómodas a la par que estilosas.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Principalmente a mujeres que buscan un producto especial, bonito y con el valor añadido de tratarse de una producción local y sostenible. Mi nicho es el consumidor responsable.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Mis prendas están principalmente compuestas de algodón orgánico y lana merino.

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

maripuritijeritas



GARBIÑE TOLOSA BAQUEDANO
fundatzailea / fundadora

info@maripuritijeritas.com
M. 607 21 16 46

AIZKORRI. 24 - 20008
DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
maripuritijeritas.com

MINUSSE

Haien helburua moda jasangarria diseinatu eta produzitzea da, jantzien diseinuari eta freskotasunari uko egin gabe. Modaz duten ikuspegiaren ekarpena egin nahi dute, eta jasangarria eta etikoa dena dibertigarria, erakargarria eta sexya ere izan daitekeela frogatu nahi dute.

Inguruan duten naturak eskaintzen dizkien koloreak, paisaiak, usainak eta milaka eta milaka estimulu baliatzen dituzte ideiak sortu eta garatzeko garaian. Ildo horretan, biziki sinesten dute ingurumenaren eta inguratzen dituen guztiaren errespetuan eta zaintzan, natura bera baitira.

Su objetivo es diseñar y producir moda sostenible sin sacrificar el diseño y la frescura de sus prendas. Quieren aportar su visión de la moda y demostrar que lo sostenible y lo ético también puede ser divertido, atractivo y sexy.

Se valen de los colores, paisajes, olores y miles de estímulos que ofrece la naturaleza que las rodea a la hora de crear y desarrollar nuestras ideas. Es por ello, que creen vivamente en el respeto y cuidado del medio ambiente y de todo lo que las rodea, porque son naturaleza.







checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	0	2	1	2	1	1	1	1	2	1	0	17

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Jasangarritasuna eta gizarte-berrikuntza lantzen duten eta soluzio jasangarriago eta etikoagoen bidez eta prozesuaren fase guztietan ingurumena eta pertsonak neurri handiagoan errespetatuko dituzten soluzioen bidez eragin positibo baten ekarpena egin nahi duten hornitzaileen integrazioa da proiektu honen funtsetako bat.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Bilduma, oro har, emakumeengana bideratuta dago. Unisex jantzi batzuk ere diseinatu ditugu, eta bat egin dugu benetan sinesten dugun korronte batekin: moda, arropa, berezko adierazpide eta komunikaziobide gisa. Adina eta generoa edozein izanik ere, guztientzat.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Kalitateko jantzi denboragabeak, denbora eta joerak gainditu eta iraungo dutenak. Natura eta larruazala errespetatzen duten materialak eta ehunak hautatzen ditugu. Ehun organikoak, naturalak eta birziklatuak.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Online-salmentako enpresa gara; beraz, merkatu nazionalera jo nahi dugu epe laburrean, eta nazioarteko merkatura epe ertain/luzean. Europako iparraldea dugu helburu, bertako merkatuan jantziaren balioa eta kalitatea prezioaren eta kantitatearen gainetik baitaude.





¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Está en la naturaleza de este proyecto la integración de proveedores que trabajan la sostenibilidad y la innovación social, que buscan aportar un impacto positivo con soluciones más sostenibles, éticas y respetuosas con el medio ambiente y las personas en las diferentes partes del proceso.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
La colección está orientada al público femenino en general. Diseñamos también algunas prendas unisex y nos sumamos a una corriente en la que realmente creemos; la moda, la ropa, como medio de expresión y comunicación en sí mismo. Sin importar la edad, ni el género, para todxs.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Prendas de calidad, atemporales, que resistan al tiempo y tendencias. Seleccionamos materiales y tejidos que respeten la naturaleza y la piel. Tejidos orgánicos, naturales y reciclados.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Somos una firma de venta online por lo que ponemos el foco en el mercado nacional a corto plazo e internacional a medio-largo plazo. El norte de Europa es un objetivo que perseguimos por ser un mercado donde el valor de la prenda y la calidad, priman por encima del precio y la cantidad.

MINUSSE





ANE BILBAO / ITSASO USOBIAGA
kofundatzaileak / cofundadoras

info@minusse.com

AMETZAGAÑA, 25 - BAJO 20012
DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
minusse.com

MUNDO TÓXICO

Mundo Tóxico alerta-garrasi bat da, adierazpide gisa artean inspiratzen den marka bat, gizartean diren arazoez jabetuta, jarrera kritiko eta konformagaitza hartzen duena.

Esperientzia pertsonaletik sortutako proiektua da hau, ezartzen zaigun bizimoduari erantzuteko autokudeaketan sinesten duena, alternatiba bat, men egitea eta nola jantzi behar dugun entzun behar izatea atsegin ez dugunontzat. Politikoki zuzena den horretaz nazkatuta.

Beharrezkoa da mundu hau desintoxikatzeko borrokan ari den moda bat egitearen alde jokatzea.

Mundo Tóxico es un grito de alerta, una marca que se inspira en el arte como forma de expresión, tomando conciencia de problemas sociales y aportando una actitud crítica e inconformista.

Este proyecto nace de la experiencia personal, creyendo en la autogestión como respuesta a una vida impuesta, una alternativa a las que no nos gusta obedecer y que nos digan cómo nos debemos de vestir. Hartas de lo políticamente correcto.

Es necesario optar por hacer una moda que lucha por desintoxicar este mundo.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
3	0	0	1	2	1	1	0	0	2	1	1	12



Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
"Egin ezazu zeuk" lemapean sortutako marka bat da. Pertsona bakoitzaren premiak kontuan hartuta diseinatu eta egiten ditut jantzi guztiak, tratu zuzena ematen baitut, eta horrek aukera ematen du patroiak era guztietako gorputzetara egokitzeko.

¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Es una marca que nace bajo el lema "hazlo tú misma". Diseño y confecciono todas las prendas, teniendo en cuenta las necesidades de cada persona, ya que ofrezco un trato directo y eso permite adaptar los patrones a todo tipo de cuerpo.



Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Nire marka beren identitate-askatasuna aldarrikatzen dutenentzako erreferentzia izatea nahi dut, elkar babesteko eta adierazpen-askatasunerako gune bat sortuz.
Orain, oso zabaldua dago generoaren gaia, etengabeko borroka eta aldaketa adierazten du, oraindik ere gaitzetsi egiten baitira beren sexua nahi duten bezala bizitzea erabakitzen duten pertsonak, eta garrantzizkoa iruditzen zait arazo horri ikusgarritasuna ematea eta ezarritako egitura soziala apurtzea.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Quiero que mi marca sea una referencia para personas que reivindiquen su libertad de identidad, creando un espacio de apoyo mutuo y de libertad de expresión.
En la actualidad, el tema de género está muy presente y en constante lucha y cambio, ya que sigue habiendo rechazo hacia las personas que deciden vivir su sexo como quieren, por eso creo que es importante visibilizar y romper con la estructura social impuesta.



Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Felpa, kotoizko puntua eta sarga dira erabili ohi ditudan ehunak. Jantzi birziklatuen ehunak eta osagarriak ere berrerabiltzen ditut. Ehun organikoak erabiltzen hastea da nire asmoa, proiektu honek eboluzionatu ahala.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Los tejidos con los que suelo trabajar son felpas, punto de algodón y sargas. También la reutilización de tejidos y fornituras de prendas recicladas. Mi intención es ir introduciendo tejidos orgánicos conforme vaya evolucionando este proyecto.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Mundo Tóxico prozesuan den marka bat da eta pausoz pauso doa aurrera. Lehenik Gipuzkoan ezartzea eta online salmenta bidez hedatzea.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Mundo Tóxico es una marca en proceso y va paso a paso. Lo primero es asentarse en Gipuzkoa y mediante la venta online expandirse.

MUNDO TÓXICO



ALBA BELLO MATA
diseinatzailea eta sortzailea / diseñadora y fundadora

albaabellomata@gmail.com
M. 693 74 60 20

HERNANI (GIPUZKOA)

LAVANDERA

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

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

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

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





checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
4,75	0	2	1	1	1	1	1	0	2	1	0	**14,75**







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

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
30 eta 55 urte bitarteko emakumeei. Moda diferentea kontsumitzen duen publikoa, janzteko garaian desberdin izatea bilatzen duen eta denda txikitan kontsumitu ohi duen publikoa.

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

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Orain Madrildik gorako merkatu nazionalean mugitzen ari gara. Nazioartekotzeko proiektu batekin hasteko eta marka kanpora ateratzeko asmoa dugu. Frantziara, Alemaniara eta Herbehereetara, bertan kontzientziazio handiagoa dagoelako eta, produktu mota kontuan hartuta, marka ondoen egokitu daitekeen lekuak direlako.

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

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

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

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Ahora nos movemos en el mercado nacional de Madrid hacia arriba. La idea es empezar con un proyecto de internacionalización y sacar la marca al exterior. Francia, Alemania y Países Bajos, donde hay más concienciación y donde mejor puede encajar la marca por el tipo de producto.

LAVANDERA



MÓNICA LAVANDERA
fundatzailea / fundadora

info@monicalavandera.com
T. 943 45 66 60
M. 609 81 27 14

SIERRA DE ARALAR, 68
20014 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
monicalavandera.com

LAZA

CLOTHING

Laza jantzi-marka bat da, modaren arloan diharduena eta emakumeei zuzendua. Bildumak erosi eta alokatu daitezke.

Bilduma bakoitza kontzeptu desberdin batean inspiratzen da: pertsona bat, bidaia bat… Gauza berriak ikastea da gakoa, egunetik egunera hobetu nahi izatea.

Kalitate handieneko materialak lortzen dituzte, lagunekin egiten dituzte patroiak, eta betiko tailer txikietan josten dute. Kolaborazioak dira bere arrakastaren giltzarria. Hamar urte baino gehiago industrian diseinatzaile lanean aritu ondoren, Maia Apaolazak bere esperientzia praktikan jartzea eta gauzak ondo egitea erabaki du. Kontzienteki bilatzen ditu materialak, itxi egiten du zirkulua eta, batez ere, gardentasunez egiten ditu gauzak.

Laza es una marca de ropa dedicada a la moda y a las mujeres. Las colecciones se pueden comprar y alquilar.

Cada colección se inspira en un concepto diferente: una persona, un viaje… Aprender cosas nuevas es la clave, quieren mejorar cada día.

Consiguen los materiales de la más alta calidad, patronan con amigos y cosen en talleres pequeños de toda la vida. Las colaboraciones son la clave de su éxito. Después de trabajar como diseñadora en la industria durante más de diez años, Maia Apaolaza decide poner su experiencia en práctica y hacer las cosas bien. Busca los materiales conscientemente, cierra el círculo y sobre todo hace las cosas con transparencia.





checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
4	0	1	1	1,5	1	1	1	1	2	0,5	0,5	**14,5**





Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Moda era garden eta arduratsu batean egitea da gure apustua. Kantitate txikiak, produkzio nazionala eta dena ehun berarekin, kuproa, Italian jatorria duena, fabrika berean ehundua eta estanpatua, horrela karbonoaren arrastoa ahalik eta gehien murrizteko. "Close the circle" mugimendura elkartu gara, salmenta ondoko zaintza tekniko eta birziklapenaz gaindiko zerbitzuak eskaintzeko. Gainera, erosketa ez den beste aukera baten alde egiten dugu apustu, eta alokairuarekin ari gara probak egiten, jabetza baino partekatzea sustatzeko.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Gure jantziak era guztietako emakumeentzat dira, adin eta taila desberdinetarako.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Orain ehun bat erabiltzen dugu bakarrik, kuproa. Ehun ekologiko bat da, kotoiaren edo zelulosaren hondakinak birziklatzetik sortua. Oso zuntz iraunkorra da, eta oso leuna, zetaren antzera.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Gure ustez Europako merkatuak, batez ere iparraldekoak, aukerak eskaini ditzake iraunkortasunaren arloan. Bestalde, ez dizkiogu mugak jartzen gure buruari, online merkataritzak ireki zituen ateak eta jakinaren gainean egon nahi dugu merkatu globalean gertatzen ari denaz.

¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Apostamos por hacer moda de una manera transparente y responsable. Pequeñas cantidades, producción nacional y todo en un mismo tejido, en cupro, proveniente de Italia, tejido y estampado en la misma fábrica reduciendo así la huella de carbono al máximo.
Nos sumamos al movimiento "Close the circle" ofreciendo un servicio post-venta de cuidados técnicos y suprareciclaje.
También apostamos por la alternativa a la compra probando con el alquiler, promoviendo compartir frente a poseer.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Nuestras prendas son para todo tipo de mujeres, de edades y tallas diferentes.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Actualmente sólo utilizamos un tejido, el cupro. El tejido ecológico proveniente del reciclaje de residuos de algodón o celulosa. Una fibra con una gran durabilidad, similar en el tacto a la seda.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Creemos que el mercado europeo, sobre todo el nórdico, puede ofrecer oportunidades en el mundo de la sostenibilidad. Por otro lado, no nos ponemos barreras, el comercio online abrió las puertas y nos gustaría estar al corriente de lo que ocurre en el mercado global.

LAZA
CLOTHING



MAIA APAOLAZA
diseinatzailea eta fundatzailea / diseñadora y fundadora

lazaclothing@gmail.com
M. 656 713 647

TABAKALERA.
ANDRE ZIGARROGILEAK PLAZA 1, 4.a
20010 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
lazaclothing.com

Leire Santillán

Ezkontza jantzi eta artisau eran neurrira jositako jantzi desberdinak egiten ditu. Halaber, bildumak egiten ditu; azkena, Wes Anderson-en Moonrise Kingdom filmean oinarritzen da. Bere helburua gure planetan aztarna adeitsua uztea da eta horretarako, Ekonomia Zirkularraren balioak ezartzen ditu. Bere erreferente nagusiak honako hauek dira: Balenciaga eta 60-70eko hamarkadetako pop-rockaren estetikak gaur egun arte izan duen bilakaera.

Modan lizentziatua Winchester School of Art-en; ondoren, Londreseko Royal College-n jarraitu zituen graduondo ikasketak eta gaur egun, Urretxuko Ur Atelierrean eta Donostiako estudioan jarraitzen du lanean.

Joskintza egunerokotasunera eramateko joera du, eta esanahai surrealistaz beteriko irristada txikiez gozatzen du.

Realiza vestidos de novia artesanales y prendas a medida. También hace colecciones como esta última, inspirada en la película Moonrise Kingdom de Wes Anderson. Su objetivo es dejar una huella amable en nuestro planeta aplicando los valores de la Economía Circular. Sus grandes referentes son Balenciaga y la evolución hasta nuestros días de la estética pop-rock de los 60 -70.

Licenciada en Moda por la Winchester School of Art, cursó el postgrado en el Royal College of Art de Londres y hoy en día, sigue trabajando en Atelier Ur de Urretxu y en el estudio de Donostia.

Tiende a cotidianizar la costura y disfruta con sus pequeños deslices llenos de significado surrealista.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
4	0,5	2	0,2	2	1	1	1	0,8	2	1	1	**16,5**

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Gure ezagutza eta sormena gizartearen eta planetaren hobekuntzara bideratzen ditugu. Horretarako, etengabe ari gara gure ingurumen-inpaktua murrizten, ikastetxeetan Moda Jasangarriko ikastaroak ematen parte hartzen dugu eta joskintzaren artisau-teknikak bizirik mantentzen ditugu.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Armairua pertsonalizatzeko denboragabeko arropa kuttunak nahi dituzten pertsonei. Erosketa oso selektiboak egiten dituzte, eta haiez gozatzen eta zaintzen dituzte. Arropa horiek beraien bidelagun bilakatzen dira eta beti marrazten dute irribarrea beren aurpegietan.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Ingurumenean inpaktu gutxi duten ehunak erabiltzen ditugu. Eta, aldi berean, vintage oihal-zatiak berreskuratzen ditugu, iraganeko benetako altxorrak direnean.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Edozein aztertzeko prest gaude.







ARGAZKIAK / FOTOS: Khuruts Begoña

¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Enfocamos nuestro conocimiento y nuestra creatividad a la mejora de la sociedad y del planeta. Para ello, minimizamos constantemente nuestro impacto ambiental, participamos en colegios impartiendo talleres de Moda Sostenible y mantenemos vivas las técnicas artesanales de la modistería.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Son personas que buscan prendas fetiche atemporales con las que personalizar su armario. Hacen compras muy selectivas y disfrutan y cuidan de ellas. Estas prendas se convierten en sus compañeros de viaje que siempre dibujan una sonrisa en sus rostros.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Utilizamos tejidos de bajo impacto medioambiental. Y a su vez, recuperamos cortes de tejidos vintages, cuando se tratan de auténticas joyas del pasado que se merecen su oportunidad.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Estamos abiertas a todo.

Leire Santillán



LEIRE SANTILLÁN LUZURIAGA
diseinatzailea / diseñadora

leiresantillanlu@gmail.com
M. 695 751 634 - T. 943 72 44 64

LABEAGA 35 - 37
URRETXU (GIPUZKOA)
leiresantillan.com

Moda konformagaitza eta jasangarria, made in Basque Country. Luhei marka gazte eta dinamiko bat da, Irunen sustraitua, berezko estiloarekin eta modaren ikusmolde iraultzaile batekin. Originalak eta urbanoak, diseinu asimetrikoak, moldakortasuna, funtzionaltasuna eta progresibotasuna dute oinarritzat bere bildumek jantzi bakoitzean. Fabrikazio-prozesua beren tailerrean burutzen da osorik; bertan diseinatu, ebaki eta josten dituzte bildumak.

Luhei-ren asmoa da modaren munduko konbentzionalismoetatik aldentzea, diseinu atenporalak eta dinamikoak sortzeko, eguneroko jantziak, jantzi funtzionalak, iraunkorrak eta tokikoak nahi dituenari janzteko ateak irekiko dizkionak. Marka etengabe ari da eboluzionatzen bere identitate-ikurra galdu gabe, moda ulertzeko modu jasangarri eta arau-hausle bat bilatzen jardutea, alegia.

Moda inconformista y sostenible made in Basque Country. Luhei es una marca joven y dinámica erradicada en Irun, con estilo propio y una idea rompedora de ver la moda. Sus colecciones se inspiran en líneas asimétricas, en la versatilidad, funcionalidad y progresividad de cada prenda, manteniendo un enfoque original y urbano. El proceso de fabricación se realiza íntegramente en su taller, donde diseñan, cortan y confeccionan sus colecciones.

Luhei busca desmarcarse de convencionalismos del mundo de la moda, para crear diseños atemporales y dinámicos que le abran las puertas a vestir a quién quiere prendas para el día a día, funcionales, duraderas y locales. La marca está en continua evolución sin perder su sello de identidad; la búsqueda de una manera sostenible y transgresora de entender la moda.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
2	1	1	1	1	0	1	1	1	2	0	1	12







Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Gure apustuak, moda jasangarriagoa eta gure tailerrean fabrikatzea, tokiko ekonomian, produkzio-kontrolean eta kalitatean eraginez. Tokiko moda eskaintzen dugu; inpaktu gutxikoa ingurumenean, ia 0ra murriztuz garraio-kontsumoa eta CO_2 emisioak. Gutxik esan dezakete hori, eta harro gaude.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Pertsona geldiezinak, topikoetatik urruntzen den modaren ikuspegi batekin, bestelako diseinuak nahi dituztenak jantzi funtzional eta erosoetan. Kalitateko marka izan nahi dugu, diseinu bereziarekin eta erdiko klase urbanoari zuzendua.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Kotoi, biskosa eta poliester-zuntzezko hariekin egiten dugu lan, hari birziklatuekin. Gure ehunkien hornitzaileak % 100 nazionalak dira eta araudiak betetzen dituzte.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
13 multimarka dendatan gaude Euskal Herrian, Katalunian eta Artisautzako azoka nagusietan. Multimarka-gune gehiagoren bila gabiltza; gutxienez azoka nazional eta nazioarteko batean egotea, bezeroak eta komertzialak erakartzeko, marka banatu dezaten. Hemen erreferentziazko marka izateko jarraituko dugu lanean.

¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Apostamos por una moda más sostenible y fabricación en nuestro taller, repercutiendo en la economía local, control de producción y calidad. Ofrecemos moda local; con bajo impacto medioambiental, reduciendo casi a 0 el consumo en transporte y emisiones de CO_2. No son muchos los que pueden decirlo y estamos orgullosos.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Personas inquietas con una visión de la moda alejada de sus tópicos, que buscan diseños diferentes en prendas funcionales y cómodas. Queremos ser una marca de calidad, reconocible por su diseño y dirigida a una clase media urbana acomodada.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Trabajamos con hilaturas de algodón, viscosa y fibras de polyester provenientes de hilos reciclados. Nuestros proveedores de tejidos son 100% nacionales y cumplen con las normativas.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Estamos en 13 tiendas multimarca de Euska Herria, Cataluña y en las principales ferias de Artesanía. Buscamos más puntos multimarca; presencia en al menos una feria nacional e internacional, para atraer clientes y comerciales para distribuir la marca. Seguiremos trabajando para ser una marca de referencia aquí.

LUHEI



HELENA FUSTÉ
diseinatzailea / diseñadora

luhei@luhei.net
M. 650 65 74 33

LABELTZE, 7
20305 - IRUN (GIPUZKOA)
luhei.net

SKFK

WEAR WHAT YOU ARE

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

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

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

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





checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	17

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Bizimodu baterako bizibide bat sortzeko modu bat bezala 1997an marka sortu zenetik, SKFKen balioak hauexek dira: diseinu originala, berrikuntza, funtzioaniztasuna, ikuspegi kulturaniztuna baina euskal sustraiekin, eta iraunkortasuna, balio holistiko eta ziurtatu bezala.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Gure produktuak emakume independente, cool eta conscious-ari zuzenduta daude.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
SKFKen, urtero, 60 ehun baino gehiago lantzen ditugu, baina beti, zuntz iraunkorrei —organikoak eta birziklatuak— begia kendu gabe. Halaber, gure ehunetako asko guk sortzen baditugu ere, beti berriak bilatzen ari gara.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Euskal marka bat gara, enpresa-holding euskalduna baina nazioarteko merkatura begira dagoena. Enpresa propioak jada zazpi herrialdetan baditugu eta hogeita hemezortzitan saltzen dugu. SKFKen markak globalak direla ulertzen dugu; hala ere, oraindik egiteko asko dugu, etengabe zabaltzen ari den mundu batean bizi garelako.







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

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Nuestros productos van dirigidos a una mujer independiente, cool y conscious.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
En SKFK trabajamos más de 60 tejidos cada año, con un foco puesto siempre en las fibras sostenibles; orgánicas y recicladas. Asimismo, generamos muchos de nuestros propios tejidos, aunque siempre estamos buscando.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Somos una marca vasca, un holding de empresas vasco pero con una proyección internacional. Tenemos empresas propias ya en siete países y vendemos en treinta y ocho. Desde SKFK entendemos las marcas como globales, aun así nos queda mucho por hacer ya que vivimos en un mundo en constante expansión.

SKFK
WEAR WHAT YOU ARE



MIKEL FEIJOO ELZO
fundatzailea / fundador

mikel@skfk.eu
M. 94 625 79 22

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

T-WILD CLOTHING

T-WILD CLOTHING proiektu pertsonal bat da, modak sorrarazitako inpaktua aldatzea helburu duena. Modak inpaktu handiena duen hiru arlotan oinarritzen da: ingurumena, produkzio-prozesua (eskulana) eta kontsumitzaileak.

% 100ean kotoi organikoz egindako kamisetak, bai jasangarritasunaren bai lan-baldintza duinen ziurtagiri zorrotzak betetzen dituztenak, eskaintzen dituzte online. Bilduma erregularrak sortzeaz gain, inpaktuzko bildumetan ere ari dira lanean, modarekin eta gizartearekin lotutako arazo jakin batzuei ikusgarritasuna emateko.

T-WILD CLOTHING es un proyecto personal que busca cambiar el impacto que genera la moda. Se centra en las tres áreas donde más impacto tiene la moda: el medioambiental, los procesos productivos (la mano de obra) y los consumidores.

Ofrecen camisetas de 100% algodón orgánico que cumplen con rigurosos certificados tanto de sostenibilidad como de condiciones de trabajo dignas, y lo hacen vía online. Además de crear colecciones regulares, están trabajando en colecciones de impacto, donde se visibilizan ciertos problemas que existen relacionados con la moda y la sociedad.





checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	0	2	0	2	1	1	1	1	0	1	0	**14**

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
T-WILD CLOTHING marka jasangarria, gaztea eta ausarta izateagatik bereizten da.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Gure kamisetak jasangarritasunarekin eta modarekin kontzientziatuta dauden gazteei zuzenduta daude.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Gure kamisetak % 100ean kotoi organikoz eginak daude.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Online da salmenta-kanala eta penintsula osoan oinarrituko dugu jarduera komertziala.







¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
T-WILD CLOTHING se caracteriza por ser una marca sostenible, joven y atrevida.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Nuestras camisetas están enfocadas a los jóvenes concienciados con la sostenibilidad y la moda.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Nuestras camisetas están hechas de 100% algodón orgánico.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
El canal de venta es online y focalizaremos la actividad comercial en toda la península.

T-WILD CLOTHING



MIKEL IZURIETA
fundatzailea / fundador

mikel@twildclothing.com
M. 657 72 26 53

ARANA GOIKOA, 6
20730 AZPEITIA
twildclothing.com

telarista urbana

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

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

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

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



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
2	0	2	1	2	1	1	0	1	2	0	1	13

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Marka bereizten duten balioetako bat da produktu iraunkorrekin eta naturalekin lan egiten dudala. Horixe da nire lehentasunetako bat. Artilea iruteko ofizioa eta jantzigintzako prozesu naturalak —tindatzea adibidez— berreskuratzen saiatzen naiz.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Artisautzako produktua gustukoa duen eta ezagutzen duen publikoari zuzentzen natzaio. Produktu hori baloratzen duen eta produktu iraunkor bat bezala ulertzen duen jendea.

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

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Jende gehiagorengana iritsi eta nire tailerra jendeari irekita egotea nahiko nuke, ofizioa, birziklatzea eta kustomizazioa berreskuratzeko eta irakasteko, baina laguntzarik gabe ez da erraza: autonomoak, alokairuak, etab. ordaindu beharra. Marka Europan ere zabaldu nahiko nuke. Nire esperientziagatik egiaztatu dut Alemanian artisau-produktuari balio handia ematen diotela.







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

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Me dirijo a un público que le gusta y que conoce el producto artesanal. Un público que le da valor y que lo entiende como un producto duradero.

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

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

telarista urbana



LUCÍA SÁNCHEZ
moda iraunkor masterra
moda sostenible master

telaristaurbana@gmail.com
M. 608 57 46 58

EGIA, 6
20012 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
facebook.com/TelaristaUrbana

TERNUA

Ternua 1994an sortu zen bestelako Outdoor marka bat izateko asmoz. Duela 500 urte baino gehiago Ternuara joan ohi ziren euskal baleazaleen abenturetan inspiratutako izenetik eta logotik abiatzen da markaren istorioa. Bere sortzaileek kontakizun berri bat idatzi dute gero, mendirako bilduma bat sortzean naturari kendutakoa hari itzultzeko. Ikuspegi horrekin, lau balea (Bat, Half Moon, Navaho eta Buckshot) hartu ditu babesean WDC elkartearekin batera.

Material iraunkorren erabileran aitzindari, erabiltzen dituen prozesuek eta ehunek ingurumenean ahalik eta eragin gutxien izan dezaten, prestazio tekniko handiko jantziak fabrikatzen ditu Ternua-k, erabilera anitzak eta diseinu berezia dutenak.

Ternua nace en 1994 con la idea de ser una marca Outdoor diferente. Su historia parte de un nombre y logo inspirados en las aventuras de los balleneros vascos que iban a Terranova hace más de 500 años. Sus creadores escriben entonces un nuevo relato creando una colección para la montaña con la pretensión de devolver a la naturaleza lo que le fue arrebatado. Con esta visión, apadrina junto con la asociación WDC cuatro ballenas (Bat, Half Moon, Navaho y Buckshot).

Pionera en la utilización de materiales sostenibles, Ternua fabrica prendas de alta prestación técnica, polivalentes y de diseño único, en el empleo de procesos y tejidos cuyo impacto medioambiental es el mínimo posible.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	0	2	1	2	1	1	0	0	0,6	1	0	**13,6**

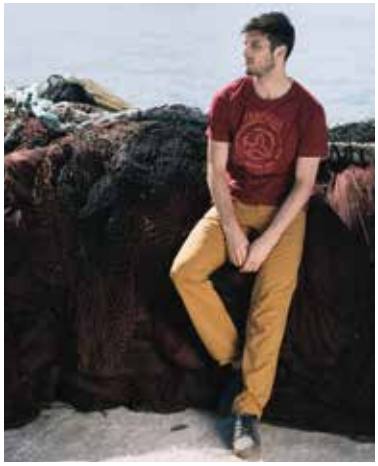


Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Berrikuntza, iraunkortasuna, outdoor izaera eta, diseinu berezi baten fabrikatzaile garenez gero, gure zeregina, horiek dira definitzen gaituzten balioak. Orain arte gidatu gaituen jarrera babeslea.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Aire zabaleko jarduerak egiten dituzten pertsonak, arima abenturazaleak eta konprometituak, mendia, natura maite dutenak. Eskakizun handiko pertsonak dira, jantziak kalitatekoa, teknikoa eta diseinu berezikoa izatea nahi dutenak, baina horrez gain, produktua iraunkorra eta ingurumena errespetatzen duena izatea baloratzen dutenak.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
1994an jadanik, jantzi polarren gure aurreneko bilduma poliester birziklatuaz egin genuen, plastikozko botiletatik. Aurkitzen ditugun materialen artean nabarmentzen dira kafe-hondarrak, trenetako moketak, plastikozko botilak, arrantza-sareak, edo dagoeneko erabiltzen ez diren beste jantzi batzuk.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Oraintxe, 20 herrialdetan gaude Europan, Asian eta Amerikan. Gure oraingo lehentasuna da merkatu nazionalean aitzindari izatea eta Alemanian, Austrian, Suitzan eta Frantzian sendotzea, baina merkatu berriak ere zabaltzen ari gara.





¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
La innovación, la sostenibilidad, el espíritu outdoor, y nuestro papel como fabricantes en cuanto al diseño único son los valores que nos definen. Un espíritu de protección que nos ha guiado hasta el día de hoy.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Se trata de personas que hacen actividades al aire libre, almas aventureras y comprometidas, que aman la montaña, la naturaleza. Son personas exigentes, que buscan la calidad de la prenda, su tecnicidad y diseño, pero que además, valoran que el producto sea sostenible y respetuoso con el medio ambiente.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Ya en 1994, nuestra primera colección de polares era de poliéster reciclado proveniente de botellas de plástico. Entre los materiales que encontramos destacan los tejidos elaborados con el reciclado de posos de café, moquetas de tren, botellas de plástico, redes de pesca u otras prendas ya en desuso.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
A día de hoy, estamos presentes en 20 países de Europa, Asia y América. Nuestra prioridad actual es liderar el mercado nacional y fortalecernos en Alemania, Austria, Suiza y Francia, aunque seguimos abriendo nuevos mercados.

TERNUA



EDUARDO URIBESALGO
fundatzailea eta berrikuntzako zuzendaria / fundador y director de innovación

infor@ternua.com
T. 943 71 20 34

POL. IND. KATAIDE, 25B
20500 ARRASATE - MONDRAGÓN
(GIPUZKOA)
ternua.com

Twin & Chic

Twin&Chic haurrentzako modako firma bat da, *chic* estilokoa, Slow Fashion irizpideetan oinarritua. Beraz, *Little Slow Fashion* gisa definitzen dugu. Marka honentzat, moda iraunkorra egitea esan nahi du Slow Fashion-ek, ekonomia, ingurumena eta gizartea oinarri dituen ikuspegi batetik. Garrantzitsuena: txikien larruazala zaintzea, haien jantziek ez baitute gai toxikorik. Kalitateko diseinuak, klasikoak eta atenporalak, denboran irauteko eta era guztietako bihurrikeriak jasateko asmatuak.

Pauso txikiak baino irmoak emanez, Erikak, Twin&Chic-en fundatzaileak, haurrentzako moda ekologikoago bat egiteko eskariari erantzuten dio, estilo berezia eta esklusiboa duena eta esku trebeenekin egina.

Twin&Chic es una firma de moda infantil de estilo *chic* basada en criterios Slow Fashion, de ahí su definición como *Little Slow Fashion*. Para esta marca, Slow Fashion significa hacer moda sostenible desde un punto de vista económico, medioambiental y social. Lo más importante: el cuidado de la piel de los pequeños ya que sus prendas están libres de tóxicos. Diseños de calidad, clásicos y atemporales, pensados para perdurar en el tiempo y resistir todo tipo de travesuras.

Con pequeños pasos pero firmes, Erika, fundadora de Twin&Chic, da respuesta a la demanda de realizar una moda infantil más ecológica, con un estilo único y exclusivo, confeccionada por las mejores manos.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	0	1	0	1	1	0,5	1	1	2	1	1	**14,5**



Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Diseinua eta kalitatea funtsezkoak dira. Aldi berean, irizpide etiko bat defendatzen dugu, eta ingurumena errespetatzen duena, moda egiteko dugun moduagatik.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Beren seme-alabentzat erosten dituzten jantzietan esklusibotasuna, kalitatea eta diseinua aurkitu nahi duten familiak dira. Baina baita jantzien balio diferentzialean sinesten dutenak ere, haurren larruazala, planeta eta hornikuntza-katea osoan lan egiten duten pertsonak zaintzeari begira.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Ehun organikoen munduko fabrikatzaile onenen artean arreta handiz aukeratutako materialak dira. Ehun organiko ziurtatuak bakarrik erabiltzen ditugu. Udako, liho organiko ziurtatua eta negurako, batez ere kotoi organiko ziurtatua akabera desberdinekin (belusa, pana edo billela).

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Gure asmoa da nazioarteko merkatura zuzentzea. Hemendik gutxira jarriko dugu abian online denda ahalik eta herrialde gehienetara iristeko. Handizkako banatzaileekin lan egin nahi dugu ere bai, eta *Showroom* bat eduki. Dena ondo irteten bada, denda fisiko bat irekiko genuke aurrerago, *Flagship* formatukoa.





¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
El diseño y la calidad son fundamentales. Paralelamente, defendemos un criterio ético y medioambiental debido a nuestra manera de hacer moda.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Se trata de familias que buscan exclusividad, calidad y diseño en las prendas que compran para sus hijos. Pero que también creen en el valor diferencial de las prendas a la hora de cuidar de la piel de los niños, el planeta y las personas que trabajan en toda la cadena de suministro.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Se trata de materiales cuidadosamente seleccionados entre los mejores fabricantes del mundo de tejidos orgánicos. Sólo utilizamos tejidos orgánicos certificados. Para el verano, el lino orgánico certificado y para el invierno, principalmente algodón orgánico certificado en distintos acabados (terciopelo, pana, o villela).

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Nuestra pretensión es dirigirnos hacia un mercado internacional. En breve lanzaremos la tienda online para llegar al mayor número de países posible. Nuestra idea es trabajar también con distribuidores mayoristas, y contar con un *Showroom*. Si todo va bien, más adelante pensaríamos en abrir una tienda física en formato *Flagship*.



ERIKA GÓMEZ VILLOSLADA
fundatzailea / fundadora

M. 620 86 87 54

IMPACT HUB DONOSTI. TABAKALERA
PLAZA DE LAS CIGARRERAS, 1- 3º
2012 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
twinandchic.com

tytti thusberg

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

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

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

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





checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
4	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	17





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

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Oso publiko espezializatua eta esklusiboa da. Alderdi komertziala nik lantzen ditudan osagarrietara —poltsak adibidez— bideratua dago. Hauek neurrira egin daitezkeenez, produktu pertsonalizatuak gustatzen zaizkion bezeroa da.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Larrua eta ehun-hondakinak, baita oihalen industria-hondakin batzuk ere. Segurtasun-uhalekin edo pelikula-filmarekin ere lan egin dut. Gainerakoa, auzoko jendeak edo nire ezagunek ekartzen dizkidaten gauzak erabiliz sortzen dut.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Moda jasangarriaren azoketan parte hartu izan dut nazioarte mailan, Londresen eta Berlinen, besteak beste. Kontaktu horiek berreskuratu nahi nituzke, eta elkarraldi horietara berriro bertaratu.

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

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

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Encuentras cuero, residuos textiles y también una parte de residuo industrial de telas. He trabajado también con cinturones de seguridad o con film de películas. El resto, me surgen de cosas que me trae la gente del barrio o que me conoce.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
He trabajado en ferias de moda sostenible a nivel internacional, como por ejemplo, en Londres y Berlín. Me gustaría poder retomar estos contactos y acudir de nuevo a estos encuentros.

tytti thusberg



TYTTI THUSBERG
fundatzailea / fundadora

tyttithusberg@gmail.com
M. 653 71 79 91

AMETZAGAÑA, 17B
20012 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
tyttithusberg.com

DOUBLE USE

Aro bizkor batean bizi gara, eta erraz sortzen ditugu milaka gauza, arduragabe beste hainbeste gauza baztertzen ditugun bezala.
Horregatik, material desberdinen birziklatze proiektu bat garatzen ari da DOUBLE USE-W; material horiek amaitu dute beren lehen zikloa, diseinuko produktu berriak egiteko.
Birziklatzearen urrats garrantzitsuenetako bat bultzatu nahi dute beren ingurunean: HAUSNARTZEKOA, erosi aurretik, erabiltzean eta baztertzean.

Vivimos en una era rápida en la que creamos miles de cosas con facilidad al igual que desechamos otro tanto descuidadamente.

Por ello, DOUBLE USE-W está desarrollando un proyecto de reciclaje de diferentes materiales que han terminado su primer ciclo para hacer nuevos productos de diseño. Quieren potenciar en su entorno una de las Rs más importantes del reciclaje, la de REFLEXIONAR, antes de comprar, al usar y al descartar.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	0	2	1	2	1	1	0	0	2	1	0	15







Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Gure balioak Ekonomia Zirkularrak dituen berak dira, gauza berriak diseinatu eta ekoizteko hondakin-materialak erabiltzea.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Ingurumenaren babesarekin sentsibilizatuta dauden pertsonak dira, kontsumo arduratsuarekin kontzientziatuak, baita produktu berritzaileekin gozatu nahi dutenak ere.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Une honetan euritik babesteko aterki erabiltezinetako ehunekin, hondatutako arrantza-sareekin eta hainbat zuntzekin ari gara lanean. Etorkizunean, beste material birziklagarri batzuekin esperimentatzea da gure asmoa.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Gure jarduera nagusia aterkien inguruan garatzen ari garenez, lehenbizi Kantauriko erlaitzean hedatzera eman nahi genituzke eta ondoren Europako hiri euritsuetara eraman.

¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Nuestros valores son los mismos que los de la Economía Circular, la utilización de materiales de desecho para el diseño y producción de nuevos artículos.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
A personas sensibilizadas con la protección al Medio Ambiente y concienciadas con el consumo sostenible, y a aquellas que quieren disfrutar productos novedosos.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
En estos momentos estamos centradas en las telas de paraguas inutilizables para protegerse de la lluvia, redes de pesca inservibles y textiles diversos. En el futuro, tenemos previsto experimentar con otros materiales reciclables.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Dada nuestra principal actividad relacionada con paraguas, primeramente desearíamos ampliarlos a la zona de la cornisa cantábrica y posteriormente a ciudades europeas lluviosas.

DOUBLE USE



VARSHA LAI
diseinatzaile grafikoa eta produktuena /diseñadora gráfica y de producto

VIOLETA YARZA
baliabideen kudeatzailea / gestora de recursos

yarza.v@gmail.com
M. 646 628 395

ekomodo®

Marka bat baino gehiago, filosofia bat da ekomodo. Eko-RECen berrikuntza sailetik sortua, bere asmoa da Eko-RECen tratatu, sortu edo ikertzen diren hondakinak eguneroko kalitateko produktu bilakatuta herritarrei hurbiltzea, jabetu daitezen modu kontzienteagoa, arduratsuagoa eta jasangarriagoa dagoela ekoizteko, kontsumitzeko, ekintzaile izateko eta bizitzeko.

Diseinu erakargarria eta funtzionala duten produktuen bidez hurbiltzen diegu herritarrei ideia hori; artisau erara eta tokian landutako produktuak dira, %100 material berrerabiliarekin edota birziklatuarekin… eta birziklagarriarekin landuak. Hala, ixten ez den ziklo bat sortzen da.

Mundu hobeago batean sinetsi ez ezik, mundu hori denok batera sortzea proposatzen dugu ekomodotik.

Más que una marca, ekomodo es una filosofía. Nace en el departamento de innovación de Eko-REC buscando acercar los residuos que se tratan, se generan o se investigan en Eko-REC a la ciudadanía en forma de productos cotidianos de calidad, concienciando así a la población de que existe una manera más consciente, responsable y sostenible de producir, de consumir, de emprender y de vivir.

Acercamos esta idea en forma de productos de diseño atractivo y funcional elaborados de manera artesanal y local con material 100% reutilizado y/o reciclado… y reciclable, creando así un ciclo sin fin.

En ekomodo no solo creemos en un mundo mejor, sino que invitamos a que todos juntos lo creemos.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
5	2	2	1	2	1	1	1	1	0	1	0	17







Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Lau dira ekomoder garenon ezaugarri bereizgarriak: gauzak egiteko modu berriak eta hobeak bilatzeko dinamismoa; hurbiltasuna, edo beste hitz batzuetan esanda, ardura, maitasuna eta lankidetza gure jendearekiko eta gure ingurunearekiko; grina eta gogo bizia egunetik egunera atzo baino pixka bat hobeak izateko; eta konpromisoa, inpaktu positiboak sorrarazteko eta mundu hobeago bat elkarrekin batera sortzeko.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
ekomodo pertsona konprometituentzat da soilik, planetaren ongizatean jarrera xume batez lagundu nahi dutenentzat, eguneroko keinu txikien bitartez. Enpresa, instituzio eta ekitaldi konprometituentzat ere da, arrasto positibo bat utzi nahi dutenentzat euren langileengan, bezeroengan edo euren ekitaldietara bertaratzen diren horiengan.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Gure produktuak tokian tokiko materialekin landuta daude; %100 berrerabiliak edota birziklatuak... eta birziklagarriak dira. Esperimentaziora irekiak.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Marka bezala sortu berriak gara, 2018an bertan, izan ere. Lehenik, merkatuan balioztatu nahi dugu gure proposamena eta toki mailan sendotu. Etorkizunean enpresa erreferentea izan nahi dugu Ekonomia Zirkularrean, nazioartean.

¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Son cuatro los valores que nos caracterizan a los ekomoders: el dinamismo para buscar nuevas y mejores maneras de hacer las cosas; la cercanía, entendida como cuidado, cariño y colaboración con nuestra gente y nuestro entorno; la pasión y entusiasmo por ser cada día un poco mejores que ayer; y el compromiso de generar impactos positivos y cocrear un mundo mejor.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
ekomodo es solamente para personas comprometidas que quieren contribuir al bienestar del planeta de manera sencilla, a través de pequeños gestos cotidianos. También nos dirigimos a empresas, instituciones y eventos comprometidos que quieren dejar una huella positiva en sus trabajadores, clientes o asistentes a sus eventos.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Nuestros productos están elaborados con material producido localmente, 100% reutilizado y/o reciclado… y reciclable. Abiertos a experimentar.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Acabamos de nacer como marca, como quien dice (en el año 2018). Primero queremos validar nuestra propuesta en el mercado y consolidarnos a nivel local. En el futuro queremos ser empresa referente en Economía Circular a nivel internacional.

ekomodo®



SANTIAGO BARBA VERA
Zuzendari Nagusia / Director General
Ecología, Reciclaje y Medio Ambiente, S.L.

ADRIANA URIBESALGO GARMENDIA
Arduraduna / Responsable - **ekomodo**

hola@ekomodo.eus
T. 943 30 42 42

BARRIO SORAVILLA S/N
20140 - ANDOAIN (GIPUZKOA)
ekomodo.eus

KANTAURI

Poltsa-marka bat da Kantauri, pieza bereziak eta atenporalak sortzen dituena. Diseinu guztiak beraiek josiak dira, eskuz, etikoki eta Slow fashion irizpideak errespetatuta. Moda egiteko modu iraunkor eta garden bat sustatu nahi dute Kantauri-n.

Urtean bi bilduma sortzeaz gain, eta plastikoaren kontsumoa murrizteko asmoz, erosketak egiteko telazko zakuak eta poltsak fabrikatzen dituzte Kantauri-n.

Kantauri es una firma de bolsos que crea piezas únicas y atemporales. Todos los diseños están confeccionados por ellos mismos, artesanalmente, éticamente y respetando los criterios del Slow fashion. En Kantauri quieren fomentar una moda sostenible y transparente.

Además de crear dos colecciones anuales, y con la intención de reducir el consumo del plástico, en Kantauri fabrican sacos y bolsas tela para la compra.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
4	0	1,5	0,5	2	1	1	0	0	2	0,5	1	**13,5**







Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Kantauri itsasoari omen egiteko jarri genion izen bera markari, horregatik egiten dugu apustu natura erabat errespetatzen duen moda baten alde. Bestalde, gure diseinuek kalitatea eta akaberak dituzte ezaugarri.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Ez dugu publiko zehatzik. Eskuz eta arreta handiz egindako diseinuak aukeratzen dituzten pertsona horiei guztiei zuzenduta daude gure poltsak.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Ehuna funtsezkoa da gure diseinuetan eta horregatik aukeratzen ditugu material iraunkorrak eta kalitate handikoak. Gure diseinuetan nagusitzen diren generoak lihoa eta kotoi organikoa dira.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Orain hazkunde eta garapen fase baten gaude; horregatik, epe laburrean, tokiko merkatuan erreferentziazko marka gisa irmotzea da gure helburua.

¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Kantauri nace como homenaje al mar cantábrico, por ello, apostamos por una moda que respete totalmente la naturaleza. Por otra parte, nuestros diseños se caracterizan por su calidad y acabados.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
No tenemos un público en concreto. Nuestros bolsos van dirigidos a todas esas personas que optan por diseños hechos artesanalmente y con mucho mimo.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
El tejido es la clave de nuestros diseños, por ello, seleccionamos materiales sostenibles y de gran calidad. Los géneros que predominan en nuestros diseños son el lino y el algodón orgánico.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Actualmente nos encontramos en una fase de crecimiento y desarrollo; por ello, a corto plazo nuestro objetivo es consolidarnos como una firma de referencia en el mercado local.

KANTAURI



ANNE GALARRAGA OTAMENDI
fundatzailea / fundadora

kantauri.comunicación@gmail.com
M. 670 219 508

ZARAUTZ (GIPUZKOA)
kantaurishop.com

Koöl

Marka hau bi neskaren ideiatik sortua da, abenturazaleak biak eta munduan zehar bidaiatzeko irrikan beti. Natura, hondartza eta mendia gustatzen zaizkie. Eta bizi-estilo bat transmititu nahi dute, hiri bakoitzerako eta bisitatzen duten leku bakoitzerako osagarri bat. Hala, bilduma bakoitzeko modeloek hiri baten izena dute.

Estilo eskandinaviar eta minimalista batekin, poltsa pertsonalizatu bat sortzen dute beren diseinuetako bakoitzean. Motxila, handi nahiz txiki, bihurtzen diren poltsak dira, bidaietarako eta oporraldietarako, hondartzarako eta egunero erabiltzeko.

Eta beti darie halako aire freskoa (koloreetan) eta naturala (materialetan).

Nace de la idea de dos chicas con espiritu aventurero y con ganas de viajar por el mundo. Que les gusta la naturaleza, playa y montaña. Que quieren transmitir un estilo de vida, un complemento para cada viaje y cada lugar visitado. Los modelos de cada colección tienen nombre de una ciudad.

Con un estilo nórdico y minimalista en sus diseños realizan un bolso personalizado para cada uno. Bolsos que se hacen mochilas, grandes y pequeños para los viajes y las vacaciones, para la playa y el día a día.

Respirando un aire fresco (en los colores) y natural (en los materiales).





checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
2	0	1	1	1	1	1	1	0	2	1	0	**11**

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Diseinu minimalista duten osagarriak, ehun naturalez eginak. Esklusiboak eta ale mugatukoak. Bezeroarentzat egokitu edo pertsonalizatutako osagarri bat sortzea da ideia. Eta aukera ematen zaio ehunkiaren koloreak, materialak eta bertako konpartimentuak aukeratzeko. Eguneroko bizitzarako poltsa-motxila. Espainian eta Portugalen ekoiztutako materialak, Lasarten landuak. 0Km. Tokiko diseinua.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Desberdina eta originala den zerbaiten bila dabilen publikoa. Diseinu soil eta atenporal batekin. Tokiko ekoizpena baloratzen du, ingurumenarekin kontzientziatua dago. Unisex produktu bat da, baina gure bezero gehienak emakume gazteak dira, 25 eta 45 urte bitartekoak.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
% 100 kotoizko olanarekin eta lihoarekin lan egiten dugu. Udazken/neguko bilduma berrian Portugaleko kortxoarekin lan egingo dugu.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Hedatu nahi genuke edo gure diseinuen bitartez ezagutzera eman. Online saltzea eta azoka nazionaletan eta nazioartekoetan egotea.
Osagarri bat nahi baduzu, motxila bat, nezeser bat edo kartera bat, tokiko diseinuarekin eta pertsonalizatua, bisita ezazu gure webgunea.





¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Complementos de diseño minimalista con tejidos naturales. Exclusivos y de unidades limitadas. La idea es crear un complemento adaptado o personalizado para el cliente. Donde tendrá la opción de escoger los colores del tejido, materiales y compartimentos del mismo. Bolso-mochila para el día a día. Materiales producidos en España y Portugal, confeccionados en Lasarte. Km0. Diseño local.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Público que busca algo diferente y original. Con un diseño simple pero atemporal. Valora la producción local y concienciado con el medio ambiente. Es un producto unisex, pero la mayoría de nuestros clientes son mujeres jóvenes, de 25 a 45 años.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Trabajamos con loneta algodón 100% y lino. En la nueva colección de otoño invierno trabajaremos con corcho de Portugal.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Nos gustaría poder expandirnos o que nos puedan conocer a traves de nuestros diseños. Vender online y estar en ferias a nivel nacional e internacional. Si quieres un complemento, bien sea mochila, bolso mochila, neceser o cartera con diseño local y personalizado visita nuestra web.

Koöl



KARMELE SALSAMENDI
diseinatzailea / diseñadora

koolstudio8@gmail.com
M. 600 35 28 71

OLA KALEA 12
20160 - LASARTE (GIPUZKOA)
https://bloombees.com/shopping/kool
www.instagram.com/koolstudio8/

HAND &LOVE MADE

Kaixo! Valen naiz…zerbait galdetu nahi dizut. Zenbat aldiz erosi duzu poltsa bat… eta armairuaren atzealdean geratu da baztertuta?

Las Cosas de Valen inertzia horri azkena emateko asmoz eratu da, zuretzat osagarri bereziak eta moldakorrak sortzeko, zure azalaren benetako luzapen bat izateko. Beren originaltasunagatik eta funtzionaltasunagatik.

Eta horrela, eskaintzen dituen poltsak motxilak dira, eta motxilak poltsak, ez baitago ezer funtzionalagorik zure erabilerara egokitu eta zure egiten duzun objektu bat baino. Estanpatua zuzen edo barrukoz kanpora nahi? Eskuan eramateko, soinean gurutzatuta, motxila bat bezala…?

¡Hola! Soy Valen…déjame preguntarte algo. ¿Cuántas veces has comprado un bolso… y ha acabado arrumbado en el fondo de un armario?

Las Cosas de Valen nace con el propósito de terminar con esa inercia, creando para ti complementos únicos y versátiles, que de verdad se conviertan en una extensión de tu propia piel. Por su originalidad y por su funcionalidad.

Y así, ofrece bolsos que son mochilas y mochilas que son bolsos, porque no hay nada más funcional que un objeto que puedes hacer tuyo adaptándolo a tu uso. ¿Prefieres el estampado del derecho o del revés? ¿Llevarlo en la mano, en bandolera, como una mochila…?



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
1	0	2	1	2	1	1	0	1	2	1	0,5	**12,5**

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Sinplifikatu behar dela, bagaje arinarekin (zentzu guztietan) bidaiatu behar dela ikasi nuen eta benetako gauzez bakarrik inguratu, guretzat esanahi bat dutenez. Bere kalitateak, nortasun handiak, esklusibotasunak (edizio mugatuak), atenporaltasunak, itzulgarritasunak eta funtzionaltasunak, tokiko diseinuak eta produkzioak (% 100) definitzen dute marka.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Nortasun handiko emakumeak, arriskatuak, independenteak, poltsa bat baino zerbait gehiagoren bila dabiltzanak. Erosten ari direnaren kalitatea balioesten dutenak, non eta nola egiten diren jakin nahian.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Digitalki inprimatutako ehunak, itsas sare berrerabiliak, tokiko dendetako ehunak, osagarriak eta materialak, maila nazionalean eta Europan banatuak.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Tokiko lurraldetik irtetea da gure asmoa eta Hand Madea balioesten duen publikoarengana iristea, maila nazionalean nahiz nazioartean.







¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Aprendí que es necesario simplificar, viajar con equipaje ligero (en todos los sentidos) y rodearse solo de cosas genuinas, que aporten algo a nuestra vida. La marca se define por su calidad, mucha personalidad, exclusividad (ediciones limitadas), atemporalidad, reversibilidad y funcionalidad, diseño y producción local (100%).

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Mujeres con mucha personalidad, arriesgadas, independientes que busquen algo más que un bolso. Personas que valoren la calidad de lo que están comprando, dónde y cómo lo están haciendo.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Tejidos impresos digitalmente, redes marineras reutilizadas, tejidos procedentes de comercios locales, accesorios y materiales distribuidos a nivel nacional y europeo.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Nuestra intención es salir del territorio local y llegar a un público que valore el Hand Made, tanto a nivel nacional como internacionalmente.

HAND
&LOVE
MADE



VALENTINA PALMERO
fundatzailea / fundador

info@lascosasdevalen.com
M. 660 55 03 93

PATXITA ETXEZARRETA, 23 BAJO
20750 - ZUMAIA (GIPUZKOA)
lascosasdevalen.com

sindesperdicio
BOLSOS Y COMPLEMENTOS RECICLADOS

SINdesperdicio "bizitzaren filosofia" bat bezala definitzen da berez. Izaera soziala duen marka bat da, Emaús Gizarte Fundazioarena. 2006an sortu zen Donostiako Udalaren Ingurumen Zinegotzigoaren babespean. Enplegua sortuz inklusio soziala lortzea du helburu. Horretarako, birziklatzea bilakatu da bere aliatu handiena eta bere bitartez iraunkortasunean oinarritutako moda-osagarri bikainak eta paper-gauzak sortzen dituzte, eta haietatik lortutako irabaziak ekimen sozial berrietan inbertitzen dira berriro.

Oztopoak apurtzen dituen proiektua da, asmotzat duena bigarren eskuko salgaiak esklusibotasun-eremu batera goratzea eta haien diseinua gusturik finena dutenentzat desiragarri izatea.

SINdesperdicio se define a sí misma como una "filosofía de vida". Se trata de una marca de carácter social, perteneciente a Emaús Fundación Social, que surge en el año 2006 con el apoyo de la Concejalía de Medio Ambiente del Ayuntamiento de San Sebastián. Su fin es la inclusión social a través de la creación de empleo. Para ello, el reciclaje se ha convertido en su gran aliado y a través del mismo crean magníficos complementos de moda sostenible y artículos de papelería cuyos beneficios son reinvertidos en nuevas iniciativas sociales.

Un proyecto que rompe barreras y propone elevar los artículos de segunda mano hacía un estadio de exclusividad y diseño deseable para el más exquisito de los gustos.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
2	2	0	1	2	1	1	1	1	2	1	0,5	**14,5**

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Artisau erara eginda dauden tokiko produktuak direlako bereizten da gure marka, eta baita ingurumenarekin hartua dugun konpromiso irmoagatik ere. Bestalde, gure salgaiek lankidetza eta inklusio soziala bultzatzen dituzte.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
Batetik, bezero instituzionalak (museoak, komunikazio-agentziak eta abar) soberan dituzten banderolei edo oihalkiei irteera arduratsu bat eman nahian dabiltzanak, baita espazioak girotzeko ere; eta bestetik, azken bezeroa, esklusiboa den zerbaiten bila dabilena eta eragin sozial positibo bat sortzea babesten duena.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
Batik bat, publizitateko banderolekin (PVC materiala) aritu gara lanean. Material berriak ere gehitzen hasi gara, esaterako, toldoak, segurtasun-uhalak, pneumatikoak, arrantza-sareak, ehun berrerabiliak eta abar.

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Gure ustez ekoizten ditugun salgaiek irteera izan dezakete beste kultura batzuetako herrialdeetan, Holandan edo Frantzian, esaterako, material berrerabiliak eta birziklatuak direlako. Izan ere, joan den urtetik Herbehereetan merkaturatzen ari gara gure produktuak.







¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Nuestra marca se caracteriza por el producto artesanal y local, además de por un fuerte compromiso medioambiental. Por otro lado, nuestros artículos promueven la colaboración y la inclusión social.

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Por un lado, nos dirigimos a clientes institucionales (museos, agencias de comunicación, etc.) que buscan dar una salida responsable a banderolas o retales sobrantes, así como para ambientar espacios; y por otro lado, al cliente final que busca algo exclusivo y apoya la generación de un impacto social positivo.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Principalmente, hemos trabajado con banderolas publicitarias (material PVC). También hemos empezado a incorporar nuevos materiales como toldos, cinturones de seguridad, neumáticos, redes de pesca, tejidos reutilizados, etc.

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
Creemos que los artículos que producimos tienen cabida en países de otras culturas, como Holanda o Francia, por tratarse de materiales reutilizados y reciclados. De hecho, desde hace ya un año comercializamos nuestros productos en los Países Bajos.

sindesperdicio
BOLSOS Y COMPLEMENTOS RECICLADOS



JAVIER PRADINI OLAZABAL
Emaús Gizarte Fundazioko Zuzendari Nagusia / Director General de Emaús Fundación Social

ALBERTO GASTÓN
arduraduna / responsable

sindesperdicio@emaus.com
M. 634 44 97 15

CAMINO DE MUNDAIZ, 6 - 20012
DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN (GIPUZKOA)
sindesperdicio.es

ZOCCO
HAND MADE

Munduan 840 milioi emakumeri uko egiten zaie enplegu bat izateko aukera. Urtero 100.000 milioi jantzi baino gehiago ekoizten dira lan-baldintza bidegabeetan. Zocco-n bi arazori aurre egitea dute asmotzat. Modako osagarriak sortzen dituzte egoera ahulean dauden **emakumeak babestuz**, autonomia eta autosufizientzia irabaz ditzaten prestakuntza- eta enplegu-gune bat haiei eskaintzearren. Gainera, **produktua gizatiartzea eta pertsonak konektatzea** da beren xedea. Sorkuntza-lan bakoitzaren atzetik dagoen pertsonari aurpegia eta historia ipinita eta kontsumitzaileari aukera emanez elkarrizketa bati hasiera eman eta benetako harreman bat izateko, erosketa-erabakiekin gauzak alda daitezkeela ulertzen laguntzeko.

A 840 millones de mujeres en el mundo se les niega la oportunidad de tener un empleo. Al año se producen más de 100.000 millones de prendas bajo condiciones laborables injustas. En Zocco buscan abordar ambos problemas. Crean complementos de moda **apoyando a mujeres** en situaciones vulnerables, sirviendo como espacio de formación y empleo para que ganen autonomía y autosuficiencia. Además, buscan **humanizar los productos y conectar personas**. Poniendo cara e historia a la persona que está detrás de cada creación y dando la oportunidad al consumidor de iniciar una conversación y generar un vínculo real que ayuda a entender que con las decisiones de compra se pueden cambiar las cosas.



checklist

Ingurumen-irizpideak / Criterios Medioambientales							Irizpide sozialak / Criterios sociales					GUZTIRA TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
4	0	0	0	2	1	1	1	1	0	1	1	**12**







Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?
Garapena (komunitateen independentzia eta garapena bilatzea), **gardentasuna** (prozesuan eta inplikatutako pertsonengan, produktuaren balio-katea, materialak eta kostuak ezagutzea), **pertsonak** (eroslea eta sortzailea konektatzea etiketatik harago, bien arteko komunikazioa erraztea) eta **jasangarritasuna** (materialen trazabilitatea eta aukera jasangarrienak bilatzea).

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?
20 eta 50 urte bitarteko emakumeak, autentikotasuna, diseinua eta kalitatea xedetzat dituztenak. Erosahalmen ertaina eta kontzientzia soziala.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?
4 teknika ditugu: **blockprint** (kotoi organiko estanpatua tindu naturalekin egur-blokeetatik), **originalak** (kilimak tindu naturalekin tindatutako irazki-hari altuko ehungailuan eginak ontze begetaleko larruarekin konbinatuta), **basic** (kotoia ontze begetaleko larruarekin konbinatuta) eta **errafia** (palmondo-hosto lehorrak elkartuz egina).

Gipuzkoan duzuen jarduera kontuan hartuta, zein beste merkatutan sartu nahiko zenukete?
Salmenta gehienak penintsula mailakoak dira, baina toki mailan gure presentzia areagotu eta Europan merkatua ireki nahi genuke. Alemania, Erresuma Batua eta Frantzia arakatu nahi genituzke.

¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?
Desarrollo (buscar la independencia y desarrollo de comunidades), **transparencia** (en el proceso y las personas implicadas. Conocer la cadena de valor del producto, materiales y costes), **personas** (conectar comprador y creador más allá del etiquetado, facilitar la comunicación entre ambos) y **sostenibilidad** (trazabilidad de materiales y búsqueda de las opciones más sostenibles).

¿A qué tipo de público estáis orientados?
Mujeres entre 20 y 50 años que buscan autenticidad, diseño y calidad. Poder adquisitivo medio y conciencia social.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?
Tenemos 4 técnicas: **blockprint** (algodón orgánico estampado con tintes naturales a través de bloques de madera), **originales** (kilim confeccionado en telar de alto lizo teñido con tintes naturales combinado con cuero de curación vegetal), **basic** (algodón combinado con cuero de curación vegetal) y **rafia** (confección con hoja de palmera seca entrelazada).

Teniendo en cuenta vuestra actividad en Gipuzkoa, ¿qué otros mercados os gustaría explorar?
La mayor parte de las ventas son a nivel peninsular, pero nos gustaría aumentar nuestra presencia a nivel local y abrir mercado en Europa. Buscamos explorar Alemania, Reino Unido y Francia.

ZOCCO
HAND MADE



JUNE ARRIETA
fundatzailea / fundadora

jarrieta@zoccohandmade.com
M. 699 46 13 85

JUANISTEGUI, 10
20009 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
zoccohandmade.com

AEG
Berrikuntza Profesionalen Eskola
Escuela de Innovación Profesional

1940an sortu zenetik etengabe eboluzionatu du AEGk. Lurraldeko eskola bakarra da 4 urteko prestakuntza ematen duena diseinuan, patroigintzan, eta neurriko eta ikuskizunetarako jantzigintzan. 2000n, patroigintza industrialeko prestakuntza-ziklo bat gehitu zuen, ehungintza-sektorearen deslokalizazioa hasian zenean. Sektorea dinamizatzea helburu hartuta, teknologia berriekin bat zetorren berrikuntzarekin. Izan ere, eskolak berezkoak dituen balioak dira jasangarritasuna eta berrikuntza, bere xedea baita kudeaketa etikoan, komunikazio gardenean eta produkzio jasangarrian gaitutako profesionalez sektorea hornitzea.

Desde su creación en 1940, AEG ha evolucionado hasta ser la única escuela del territorio con formación de 4 años en diseño de moda, patronaje, vestuario a medida y para espectáculos. En el año 2000, incorporó el ciclo formativo de patronaje industrial, en un contexto donde empezaba la deslocalización del sector textil. Una apuesta que buscaba dinamizar el sector con innovación acorde a las nuevas tecnologías. De hecho, la sostenibilidad e innovación van intrínsecas en sus valores como escuela; cuya misión es lanzar profesionales al sector con habilidades en la gestión ética, la comunicación transparente y la producción sostenible.









Zer ekarpen egin diezaioke eskolak moda jasangarriari?
Esperientzia eta ezagutzaren transferentzia lan-aukerak sortzeko.

Zein da zuen eskaintza sektorearen eskariak betetzeko?
Profil konbentzionalak eskatzen jarraitzen dute, baina profil berritzaileagoei erantzuten hasiak gara, Cad-Cam atelierreko adituak, esaterako.

Aritu zarete moda jasangarriko proiekturen batean lankidetzan?
Zenbaitetan 2006an. Skuas Ekorec-ekin eta Emaús da berriena.

Zenbateraino dituzte barneratuta material birziklatuak etorkizuneko profesionalek?
Konpromiso handiagoa dute, baina zaila izan daiteke haientzat denbora hartu eta soluzio arduratsu eta berritzaileagoak asmatzea. Agenteak behar dituzte sektorea konektatzeko eta interlokuzioa errazteko.

Garrantzitsua da material horien erabilera eskolatik sustatzea?
Funtsezkoa. Horretara bideratu behar ditugu, sen onak esaten digu hori. Ehunki jasangarrien hornitzaileekin konektatzen laguntzen dugu.

Zuen plana etorkizunerako?
Ikertzen eta sektorera egokitzen jarraitzea. Berrikuntza eta jasangarritasuna funtsezkoak dira.

¿Qué puede aportar la escuela a la moda sostenible?
Experiencia y transferencia de conocimiento; que conlleva generar oportunidades laborales.

¿Qué oferta tenéis para cubrir las demandas del sector?
Se sigue demandando perfiles convencionales, pero empezamos a dar respuesta a perfiles más innovadores como expertos en atelier Cad-Cam.

¿Habéis colaborado en algún proyecto de moda sostenible?
En varios desde 2006. Skuas con Ekorec y Emaús es el más reciente.

¿Qué penetración tienen los materiales reciclados en los futuros profesionales?
Muestran más compromiso, pero puede serles difícil dedicar tiempo a idear soluciones más responsables e innovadoras. Necesitan agentes que conecten el sector y faciliten la interlocución.

¿Es importante fomentar desde la escuela el uso de estos materiales?
Fundamental. Tenemos que orientarles hacia su uso, por sentido común. Ayudamos a conectar con proveedores de tejidos sostenibles.

¿Qué planes de futuro tenéis?
Continuar investigando y adaptándonos al sector. La innovación y sostenibilidad son la clave.

¿A qué retos de futuro se enfrenta la moda sostenible?
Diferenciación, personalización y calidad de producto. El fast fashion ha hecho que la ropa no tenga valor. Tiene que empezar a valorarse la moda.

AEG
Berrikuntza Profesionalen Eskola
Escuela de Innovación Profesional

HERIZ PASALEKUA, 82. 20008 DONOSTIA (GIPUZKOA) • T. 943 31 39 07 • aeg.eus



JOSÉ IGNACIO HERNÁNDEZ IRURETAGOIENA
zuzendaria / director

ANA CORZO
Ehungintzako prestakuntza-arloa / área formación textil

PATRICIA ECHEVARRÍA
Ehungintzako proiektu jasangarriak / proyectos textiles sostenibles

BALAB Factory

Berrikuntza Aplikatuen Laborategia
3D Ehungintza Jasangarria

Balab Factory 2020an sortua da, "ekintzara pasatzea" ahalbidetuko duen transmisio-katea izateko; modako ehungintzaren sektoreari irtenbide berritzaileak eta jasangarriak emanez; hondakinen balorizazioan oinarritutako tokiko produkzioaren aldeko apustua eginez; eta, 2016 ezkero, AEG Berrikuntza Profesionaleko Eskolan eskuratutako know how-a transferituz, Ehungintzako Lurralde Jasangarria 4.0 proiektuan.

Balab Factory I+G+b laborategia da, material eta teknologia aurreratu berriena, ehungintzan aplikagarriak diren hondakinen birziklatzearena, enplegu berdearena eta ekonomia zirkularrarena. Eta, prototipoetarako eta 3D produktu jasangarriaren proposamen berrietarako lantegia da ehungintzaren eta modaren sektoreko enpresentzat.

Balab Factory nace en 2020 para ser la cadena de transmisión que permita "pasar a la acción", aportando soluciones innovadoras y sostenibles al sector textil-moda; apostando por una producción local basada en la valorización de residuo y transfiriendo el know how adquirido en AEG, Escuela de Innovación Profesional desde 2016, en su proyecto Territorio Textil Sostenible 4.0.

Balab Factory es un laboratorio de I+D+i de nuevos materiales y tecnologías avanzadas, reciclaje de residuos con aplicabilidad al textil, empleo verde y economía circular. Y, es una factoría para el prototipado y nuevas propuestas de producto 3D sostenible para las empresas del sector textil y de la moda.





Zein lan-ildotara zaude bideratuta?
Ehungintzako proposamen jasangarrien prototipoak eta produkzio txikiak ekoizteko minikate osatu bat dugu.
Gure lan-ildoak honako hauek dira: ehungintzako produktuetan erabiltzeko material sentikor berriak bilatzea, hondakinak murriztu eta birziklatzearen premisatik abiatuta; produkzio-prozesuak eta teknologia berritzaileagoak eta arinagoak etengabe hobetzea; ekonomia zirkularrak sustatzea; jasangarritasun ekonomikoari lotutako prozesuak digitalizatzea; eta prozesuen gardentasuna eta trazabilitatea.

Zein erronka dituzue etorkizunerako?
Berrikuntza, ekintzailetza eta produktu berrien sorrera bultzatzen jarraitzea. PET birziklatuarekin izandako arrakastaren ondoren, lurraldean dauden beste hondakin batzuk balorizatzen jarraitzeko asmoa dugu, ehun-karakterizazio aproposa izango duen 3D harizpia sortzeko. Adibidez, ardi latxaren ilea, pinu-azala edo molusku-maskorra.

Sektorea erreferente bihur al daiteke?
Jakina, baditugu talentua, motibazioa, baliabideak eta teknologia.

Nola definitzen duzue moda jasangarriaren egoera Gipuzkoan?
Asko aurreratu dugu, eta gero eta konektatuagoak gaude.

Zer erronkari egin behar dio aurre moda jasangarriak?
Herritarrak tokiko kontsumoaz eta kontsumo arduratsuaz kontzientziatzea.





¿En qué líneas de trabajo estáis enfocados?
Disponemos de una mini cadena completa de producción para el prototipado y producciones pequeñas de propuestas textiles sostenibles. Nuestras líneas de trabajo son: la búsqueda de nuevos materiales sensibles al uso en productos textiles, partiendo de la premisa de reducción y reciclado de desechos; la mejora continua en los procesos de producción y tecnologías más innovadoras y ágiles; fomento de economías circulares; la digitalización de los procesos ligada a la sostenibilidad económica; y transparencia y trazabilidad de los procesos

¿Cuáles son vuestros retos de futuro?
Continuar impulsando la innovación, el emprendimiento y la creación de nuevos productos. Tras el éxito con el PET reciclado, nos proponemos seguir valorizando otros residuos existentes en el territorio para crear filamento 3D con una caracterización óptima textil. Por ejemplo; lana de oveja latxa, corteza de pino o concha de molusco.

¿Puede convertirse el sector en un referente?
Por supuesto, tenemos talento, motivación, recursos y tecnología

¿Cómo definís la situación de la moda sostenible en Gipuzkoa?
Hemos avanzado mucho, y estamos cada vez más conectados

¿A qué desafíos se enfrenta la moda sostenible?
Concienciar a la ciudadanía hacia el consumo local y responsable.

BALAB Factory



PATRICIA ECHEVARRÍA RUIZ
CEO

patricia@balabfactory.com
M. 603891295

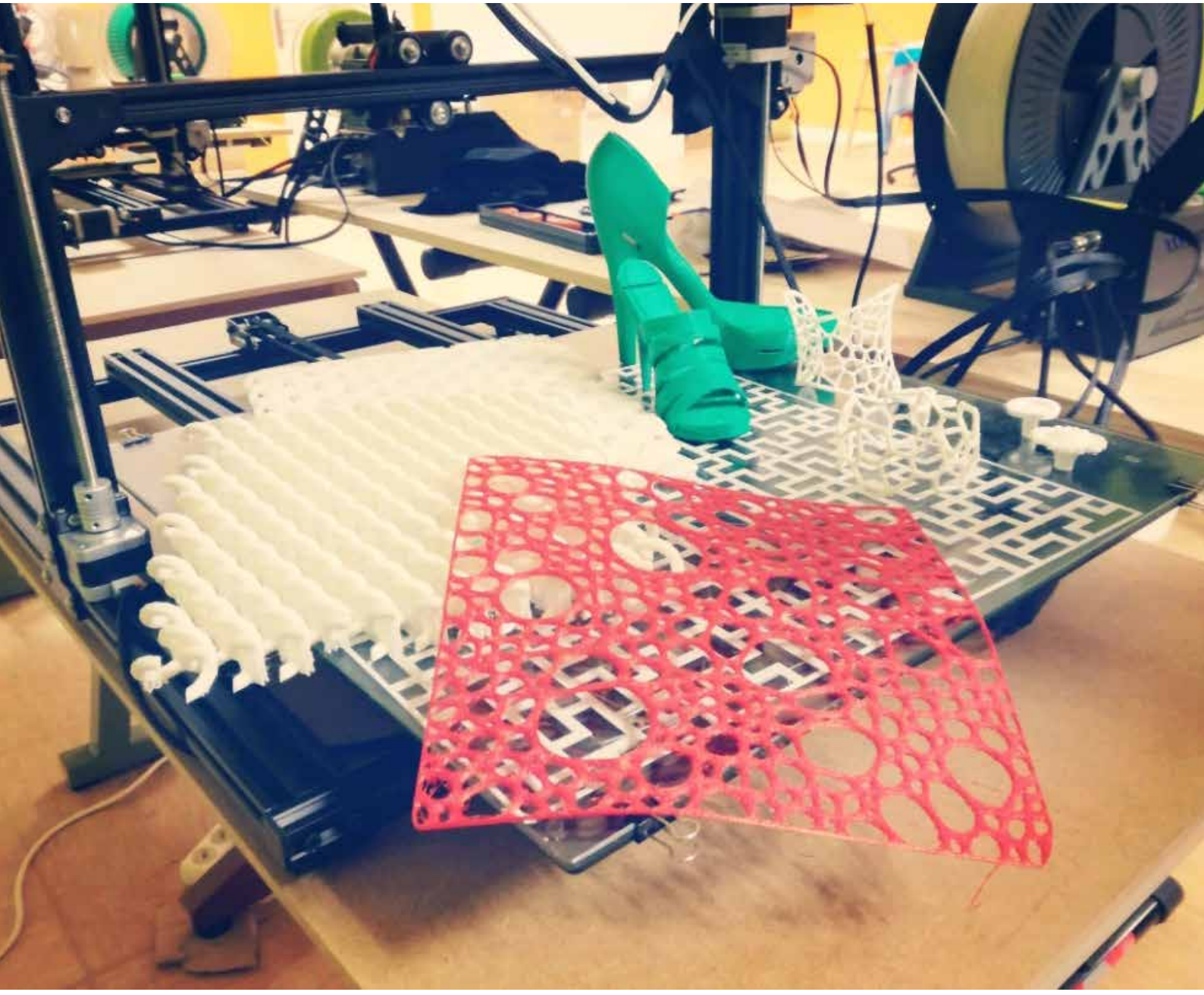
ILLUNBE, 8
20011 DONOSTIA (GIPUZKOA)
balabfactory.com

ciklo

Gipuzkoako Ehungintza Jasangarria

Gipuzkoako ehungintzako elkarte profesional bakarra da Ciklo, helburu argi batekin: sektorea ordezkatu eta babestea, bere lehiakortasuna eta enpresa elkartuena hobetuz, eta erantzukizun jasangarria bere hiru ardatzetan sustatuz: ingurumena, gizartea eta ekonomia. Lurraldeko eragileen arteko lotune izatea da Ciklo-ren xedea, eta ehungintzako benetako proiektuen alde egiten du apustu, jasangarritasunaren eremuan. Hala, networking bat sortzea du asmotzat ehungintzaren munduari lotutako taldeekin.

Ciklo es la única asociación textil profesional de Gipuzkoa, con un objetivo claro: representar y apoyar al sector, mejorando su competitividad y el de sus empresas asociadas; y promoviendo la responsabilidad sostenible en sus tres ejes: medioambiental, social y económico. Ciklo busca ser nexo de unión entre los agentes presentes apostando por proyectos textiles reales en el ámbito de la sostenibilidad, generar un networking con grupos relacionados con el mundo textil.



Nola definitzen duzue moda jasangarriaren egoera Gipuzkoan? Asko dago egiteko, baina indarra hartzen ari den mugimendu bat dago. Alternatibak bilatzen dihardugu ehungintzako tailerren gabeziari eta ehunki jasangarrien sarbide urriari konponbidea emateko.

Zer proiektutan ari zarete lanean? Etapa honetako lehena, Tejiendo hilos, ongintzazkoa da. Katxalin Elkarteari laguntzea du helburu, diseinatzaile gipuzkoarrek sortutako zapi-patroien dohaintzarekin, bularreko minbizia eta minbizi ginekologikoa duten emakumeentzat. Zapiak egiten dituzten boluntarioak ez dira patroigintzan adituak eta diseinatzaileek erakutsiko diete.

Moda jasangarria kontsumitzeko kontzientziarik antzematen duzue? Kontzientzia eta konpromiso handia dago moda jasangarriaren ekosisteman, gizartean orokorrean ez, ordea.

Lortuko al du sektoreak erreferente izatea? Noski, hor ditugu talentua eta baliabideak.

Zein erronka duzue etorkizunerako? Dinamikak, proiektuak eta lankidetzak sortzen jarraitzea, kontsumo-ohiturak aldatzeko premia erakutsiko dutenak.

Loturarik ba duzue Ciklo bezalako beste elkarteren batekin? Slow Fashion Next eta Bizkaiko Bizkaia Modarekin; haiekin partekatzen dugu Basquemoda, "Made in Euskadi"-ren bereizgarri.







¿Cómo definís la situación de la moda sostenible en Gipuzkoa? Queda mucho por hacer, pero hay un movimiento que toma fuerza. Nosotros buscamos alternativas para solucionar o reducir el problema de la falta de talleres textiles y el acceso a tejidos sostenibles.

¿En qué proyectos estáis trabajando? El primero de esta etapa es benéfico, *Tejiendo hilos*. Busca ayudar a la Asociación Katxalin con la donación de patrones de pañuelos creados por diseñadoras gipuzkoanas, para mujeres enfermas de cáncer de mama y ginecológico. Las voluntarias que confeccionan los pañuelos tienen escasos conocimientos de patronaje y las diseñadoras las enseñarán.

¿Percibís conciencia de consumo de moda sostenible? Hay un alto grado de conciencia y compromiso en el ecosistema de la moda sostenible, pero no en la sociedad en general.

¿Puede convertirse el sector en un referente? Por supuesto, hay talento y recursos para serlo.

¿Cuáles son vuestros retos de futuro? Seguir creando dinámicas, proyectos y colaboraciones que demuestren la necesidad de cambio en los hábitos de consumo.

¿Tenéis algún tipo de vinculación con alguna otra asociación como Ciklo? Con Slow Fashion Next y Bizkaiko Moda Bizkaia, con quienes compartimos Basquemoda, distintivo de "Made in Euskadi".

ciklo
Gipuzkoako Ehungintza Jasangarria



ALBERTO GASTÓN
lehendakari / presidente

Gipuzkoako Ehungintza Jasangarria
Asociación Textil Sostenible de Gipuzkoa

info@ciklo.eus
T. 943 31 39 07

ciclo.eus

Green Fashion

GIPUZKOA KLUSTERRA

GIPUZKOAKO MODA IRAUNKORREKO KLUSTERRA
CLÚSTER GUIPUZCOANO DE MODA SOSTENIBLE

Gipuzkoako Foru Aldundia
Ingurumena eta Obra Hidraulikoetako Departamentua

ETORKIZUNA ORAIN
Es futuro

Laguntzailea / Colabora

donostia moda
MODA SUSTATZEN
IMPULSO A LA MODA
IMPULSE TO FASHION

DONOSTIA SAN SEBASTIÁN
Alkateordetza
Tenencia de Alcaldía





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

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

Gipuzkoako Foru Aldundia
Ingurumena eta Obra Hidraulikoetako Departamentua

ETORKIZUNA ORAIN
Es futuro

gipuzkoaingurumena.eus