

GKGF/24
KATALOGOA



Gipuzkoako
Foru Aldundia
Jasangarritasun
Departamentua



Diputación Foral
de Gipuzkoa
Departamento de
Sostenibilidad

**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.

Argitaratzailea / Edita:

GIPUZKOAKO FORU ALDUNDIKO
JASANGARRITASUN DEPARTAMENTUA
DEPARTAMENTO DE SOSTENIBILIDAD
DE LA DIPUTACIÓN FORAL DE GIPUZKOA
V13 / 2024





José Ignacio Asensio Bazterra

JASANGARRITASUNEN DIPUTATUA
DIPUTADO DE SOSTENIBILIDAD

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 kontzeptualdaketa bat ekarri du, non produktu baten bizitzaren amaierak hurrengo produktua fabrikatzeko balio duen.

Berrerabileran eta hondakinen prebentzioan irabazi asmorik gabeko fundazioen eta elkarten 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 hauekako 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.

Gipuzkoako
Foru Aldundia
Jasangarritasun
Departamentua



Diputación Foral
de Gipuzkoa
Departamento de
Sostenibilidad



GKGF/24

KATALOGO A

AURKIBIDEA / ÍNDICE

XEDEA / MISIÓN	5
CHECKLIST.....	6
SLOW FASHION NEXT.....	8

EKONOMIA ZIRKULARRA / ECONOMÍA CIRCULAR

EMAÚS GIZARTE FUNDAZIOA.....	10
SILENTO STUDIO.....	12

MODA

AKUKUNA DIY.....	14
AMARENAK	16
ANE SAN JOSÉ.....	18
ASTORE - TERNUA GROUP.....	20
BEDFORD STREET.....	22
BYMYRI	24
ELI-TWO	26
ERROR	28
FANNY ALONSO	30
INDI & COLD.....	32
INGE ZUBELDIA.....	34
KIBÖ.....	36
KOTOI	38
KURMI KIDS.....	40
LAVANDERA	42
LEIRE SANTILLÁN	44
LOREAK MENDIAN	46
LUHEI.....	48
M.A.....	50
MAIDER ALZAGA	52
MARIPURI TIJERITAS.....	54
SANTA CLARA.....	56
SKFK	58
TELARISTA URBANA	60
TERNUA - TERNUA GROUP.....	62
TWIN & CHIC.....	64

OINETAKOAK / CALZADO

NAW - NATURAL ACTIVE WALK	66
ROYO BRAND.....	68
SOMOS ARANA.....	70

OSAGARRIAK / COMPLEMENTOS

AM BIKO STUDIO.....	72
EKOMODO	74
GABRIELA MUÑAGORRI.....	76
GIOVANNA BITTANTE.....	78
KAFEA	80
KANTAURI.....	82
KOÖL.....	84
MOCLAN	86
NOLLEVOTACONES	88
SINDESPERDICIO	90
ZOCCO HANDMADE.....	92

I+G+b / I+D+i

AEG	94
BALAB FACTORY.....	96
CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOA	98



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 irimotzen 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 premiarenean eta garrantziaren inguruan.

EBko kontsumoaren ikuspegitik hornidura-katearen presioak kontuan hartuta, arropa, oinetakoak eta etxerako ehun-gaiak laugarren presio-maila altuena dira, edo okerren sailkatutako laugarrena, lehengaien eta uraren erabilerarako (elikagaien, etxebizitzaren eta garraioaren ondoren). Bigarren altuena dira luraren erabilerarako eta bosgarren altuena berotegi-efektuko gasen emisioetarako.

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 eredu, minidenboraldiak eskaintzen dituen, arropa erosi eta handik bost astetara baztertzeko pentsatuak.

Testuinguru horretan, garrantzi handia hartzen du paradigma berri batera aldatzeak, non erabili eta botatzaren kontzeptuaren ordezkari ekonomia zirkularra ezartzen den. Eredu hori zabaldua zegoen jadanik orain dela 20 urte, baina deslokalizazioa da gaur egun bere ordezkia, 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.

Teniendo en cuenta las presiones de la cadena de suministro desde la perspectiva del consumo de la UE, la ropa, el calzado y los textiles para el hogar son la cuarta categoría de presión más alta, o la cuarta peor clasificada, para el uso de materias primas primarias y agua (después de alimentos, vivienda y transporte). Es el segundo más alto para el uso de la tierra y el quinto más alto para las emisiones de gases de efecto invernadero.

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.

checklist

Edozein sektoreri aplikatutako jasagarritasunari heltzea ez da lan erraza, alderdi desberdin ugari estali behar baitira bere inpaktu hirukoitzean: gizartean, ekonomian eta ingurumenean.

GK Green Fashion klusterreko markek eta enpresek gizarteari nola egiten dioten ekarpena hobeto ulertzeko, 2030 Agendaren eta Garapen Jasangarriaren 17 Helburuen ikuspegiaz baliatu gara.

Helburu horiek ekintzarako dei unibertsal bat dira, pobreziari azkena emateko, planeta babesteko eta mundu osoko pertsonen bizitzak eta aukerak hobetzeko.

Iragazki horretatik pasatu ditugu "Fast Fashion" izeneko moda konbentzionalak dituen erroka ugariak, eta Garapen Jasangarriaren Helburu (GJH) bakoitzarekin lotutako alderdi zehatz bat aukeratu dugu.

Emaitza 24 irizpide dira, bat Helburu bakoitzeko, 12. GJHrako izan ezik, bertan zortzi irizpide garatu baititugu. GJH 12: "Produktzio eta Kontsumo Arduratsua" Moda Azkarraren helburua da definizioz, premia bat baita bere ikuspegia oraingo produktio- eta kontsumo-sisteman ezartzea.

Abordar la sostenibilidad aplicada a cualquier sector no es una tarea fácil por la cantidad de diferentes aspectos que hay que cubrir en su triple impacto: social, económico y medio ambiental.

Para entender mejor cómo aportan a la sociedad las marcas y empresas del clúster **GK Green Fashion**, nos hemos servido de la visión de la Agenda 2030 y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Estos Objetivos constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo.

Hemos pasado por este filtro los múltiples desafíos que tiene la moda convencional conocida como "Fast Fashion" y hemos elegido un aspecto concreto relacionado con cada uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El resultado son 24 criterios, uno por cada Objetivo, excepto para el ODS 12, donde hemos desarrollado ocho criterios. Este ODS 12: "Producción y Consumo Responsable" es el objetivo por definición de la Moda Rápida por lo necesario que es implementar su visión con urgencia en el sistema de producción y consumo actual.



SALARIO VITAL



IGUALDAD DE SALARIOS Y PUESTOS DE TRABAJO



INVERSIÓN EN I+D+I



ECOSISTEMAS RESILIENTES Y DIVERSIDAD GENÉTICA



HUELLA HÍDRICA



PARTICIPACIÓN EN DECISIONES DE EMPRESA



FÁBRICAS LIMPIAS Y SEGURAS



ENERGÍAS LIMPIAS Y RENOVABLES



PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL



FORMACIÓN DESARROLLO SOSTENIBLE



FOMENTO DE EMPLEO DECENTE



CALIDAD Y DURABILIDAD DEL PRODUCTO

Katalogo honetako marka bakoitzean erreplika bat ikusiko duzue, 24 irizpideekin eta horietako bakoitzari lotutako hiru kolore-koderekin.

Kolore-kode horiek adierazten dute nola laguntzen duten enpresa horiek modaren industriaren erronketan eta 2030 Agendaren ikuspegian.

Vais a ver en cada una de las marcas de este catálogo una réplica con los 24 criterios y tres códigos de colores asociados a cada uno de ellos.

Estos códigos de colores representan de qué manera están contribuyendo estas empresas a los desafíos de la industria de la moda y a la visión de la Agenda 2030.



Alderdi hori jorratzen hasita, baina hori erakusteko oraindik frogarik gabe.

Comenzando a tratar este aspecto, pero sin pruebas aún para mostrar.



Markaren/enpresaren helburu nagusia. Horren erdia lortu da eta frogak daude.

Objetivo clave de la marca/empresa. Se ha conseguido la mitad del mismo y se disponen de pruebas.



Markaren/enpresaren helburu nagusia. Lortu da eta frogak daude.

Objetivo clave de la marca/empresa. Se ha conseguido y se disponen de pruebas.

info +



12.2 ZIRKULAR-TASUNA ETA EKODISEINUA

CIRCULARIDAD Y ECODISEÑO



12.6 BILGARRI JASANGARRIAK

EMBALAJES SOSTENIBLES



14 EZ DU MIKRO-PLASTIKORIK ASKATZEN

NO LIBERA MICROPLÁSTICOS



12.3 TRAZABILITEA ETA GARDENTASUNA

TRAZABILIDAD Y TRANSPARENCIA



12.7 TOKIKO ARTISAUTZA ETA EKOIZPENA

ARTESANÍA Y PRODUCCIÓN LOCAL



15 ANIMALIEN ERRESPEUA

RESPECTO ANIMAL



12.4 MATERIA BIRZIKLATUAU ETA BIRZIKLAGARRIAK

MATERIAS RECICLADAS Y RECICLABLES



12.8 ARDURAZ ERABILITZEKO/KONTSUMITZEKO PRESTAKUNTZA

FORMACIÓN USO/CONSUMO RESPONSABLE



16 GARDENTASUN EKONOMIKO ETA FISKALA

TRANSPARENCIA ECONÓMICA Y FISCAL



12.5 PRODUKTU KONPOSTAGARRIA

PRODUCTO COMPOSTABLE



13 KARBONO-AZTARNA

HUELLA DE CARBONO



17 ERAKUNDEEN ETA HERRIALDEEN ARTEKO LANKIDETZA

COLABORACIÓN ENTRE ENTIDADES Y PAÍSES

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 jasagarritasunaren esanahia osatzeko, zabaltzeko eta ezagutzera emateko asmoz.

Bizi zikloaren analisisa, ekonomia lineal batetik zirkular batera igarotzea, eta modu masibo batean kontsumitzeak dakartzan arazoak; horiek 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 materialak ekoizten hastea, eta materia horiek modu garbi batean transformatzen hastea, eta gatzteen 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 materialak 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 modalerro hau ikusgai jartzea kontsumo arduratsua zabalitzen hasteko?

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

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

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

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

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

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

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

¿A 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

emaús

GIZARTE FUNDAZIOA
FUNDACIÓN SOCIAL

Modaren ekoizpenak, salmentak, kontsumoak eta hondakinek ondorio kaltegarriak dituzte natur inguruneetan, eta agerian uzten dute modaren industria aldatu egin behar dela. Planetako bigarren industria kutsagarriena izateak aldaketa garrantz batera behartzen du, ekoizteko zein kontsumitzeko moduetan.

Testuinguru horretan, bigarren eskuko moda hautabide jasangarri bat da, beharrezkoa, eta Ekonomia Zirkularreko eredu bikaina. Gainera, Emaús Gizarte Fundazioan, jarduera honek, ekonomia solidarioaren printzipioetan oinarrituak, enplegua ematen die talde zaurituenei. Beraz, Ekonomia Zirkular eta Solidarioan lan egiten dugu.

Todos los impactos nocivos en los entornos naturales que la producción, venta, consumo y desechos de moda generan en el entorno, evidencian que la industria de la moda debe cambiar. Ser la segunda industria más contaminante del planeta obliga a un cambio drástico en la forma de producir y consumir.

En este contexto la moda de segunda mano se presenta como una alternativa sostenible, necesaria y un ejemplo perfecto de Economía Circular. Además, en Emaús Fundación Social esta actividad, basada en los principios de la economía solidaria, aporta empleo a colectivos más vulnerados. Por tanto, trabajamos en Economía Circular y Solidaria.



checklist	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12.1	12.2	12.3	12.4	12.7	12.8	13	15	16	17
																				
																				

Zeintzuk dira zuen erakundearen balio bereziak?

Sormena eta berrikuntza, berotasuna, moldakortasuna, kooperazioa, inplikazioa, elkartasuna eta jasangarritasuna.

Zer eman dezake zuen erakundeak moda jasangarrian, ingurumenaren babesean eta klima-aldaketaren kontrako borrokan?

Gustuko dugu sarean lan egitea, lantaldean, eta mundua elkarrekin aldatu eta hobetzeko enprekin, instituzioekin eta erakundeekin bat egin dezakegula pentsatzea. Gauzak alde askotatik aztertzen ditugu, era positiboan soluzio irudimentsuak bilatuz. Gustuko ditugu pertsonak, baita kontatzea, zabaltzea, partekatzea eta, hartara, gizarte-oinarria sortzea ere, eta sentsibilizatzea, eraldatzeko.

Zein plan eta proiektu dituzue etorkizunera begira moda jasangarrian?

Arropa ugari berreskuratzen dugu, eta sailkatzen, berrerabiltzeko eta birziklatzeko. Geratzen denak kezkutzen gaitu. Moda poskontsumo eta postindustrialeko formula berriak ikertzen saiatzen gara.

Uste duzu moda jasangarria aukera bat izan daitekeela tokiko moda hazi eta dinamizatzeko?

Gure helburu nagusiak dira epe erdi eta laburreko sentsibilizazioan gure bigarren eskuari ospea ematea, estereotipoak haustea, proiektuak egitea eta aurreiritziak birziklatzea. Ikerketa egiten dugu, berrerabiltzea eta birziklapena areagotzeko, diseinu eta moda jasangarriko, 3D eta inprimatze digitaleko laborategietako, upcyclingeko eta bestelako eragileekin arituz.

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

Creatividad e innovación, calidez, adaptabilidad, cooperación, implicación, solidaridad y sostenibilidad.

¿Qué puede aportar vuestra organización en la moda sostenible, protección al medio ambiente y lucha contra el cambio climático?

Nos gusta trabajar en red, en equipo y pensar que podemos unirnos a empresas, instituciones y organizaciones para cambiar y mejorar el mundo juntos. Damos muchas vueltas a las cosas, buscando en positivo soluciones imaginativas. Nos gustan las personas; contar, difundir, compartir para crear base social y sensibilizar para transformar.

¿Qué planes y proyectos a futuro tenéis en moda sostenible?

Recogemos mucha ropa, la clasificamos para su reutilización y reciclamos. Nos preocupa lo que queda. Tratamos de investigar nuevas fórmulas de aprovechamiento de moda postconsumo y postindustrial.

¿Consideras que la moda sostenible puede ser una oportunidad de crecimiento y dinamización de la moda local?

Prestigiar la segunda mano, romper estereotipos, hacer proyectos y reciclar prejuicios son nuestros principales objetivos en sensibilización a corto-medio plazo. Investigamos para aumentar la reutilización y reciclaje con agentes de diseño y moda sostenible, laboratorios 3D e impresión digital, upcycling....

silento STUDIO *slow textile art*

Silento makrame modernoa, tapizak eta bestelako dekorazio-objektuak egiteko material jasangarriak saltzen dituen ecommerce bat da.

Materialez gain, lasaitasunaren eta isiltasunaren bitartez, material jasangarriak eta birziklatuak erabiliz etxerako eta apaintzeko balio duten objektuak egiten irakasteko tutorialak diseinatzen ditu Silentok.

Kalitatezko materialak, tresnak, prestakuntza eta inspirazioa eskaintzen ditugu sortzeko eta trikotatzeko.

Silento es un ecommerce de venta de materiales sostenibles para elaboración de macramé moderno, tapices y otros objetos decorativos.

Además de los materiales, Silento diseña tutoriales para enseñar a elaborar objetos utilitarios para el hogar y decorativos con materiales sostenibles y reciclados a través de la calma y el silencio.

Ofrecemos materiales de calidad, herramientas, formación e inspiración para crear y tejer.



checklist	1	2	3	4	5	6	7	8	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	13	15	16	17

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Trikotatzeko sortze-esperientziaren bitartez eta hariekin, sokekin eta zuntzekin jolasean ibiliz, arretaz aztertze, norbere burua ezagutzeko eta kontzientziarako espazio bat sortzen laguntzeko materialak eta tresnak eskaintzen ditugu. Sormenak, lasaitasunak eta jasangarritasunak bereizten gaituzte.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Euren esentzia sortzailearekin konektatu nahi duten, harien artean entretenitu nahi duten, eta euren etxerako eskulan propioak eta dekorazio-elementuak egin nahi dituzten emakumeei.

Zuen markan zein material mota aurki ditzakegu?

Erabiltzen ditugun materialen artean, adibidez, Espainian produzitutako kotoi ekologikoko sokak, euskal arrazako ardien (latxa, muturbeltz, Nafarroako ardia) eta Gaztelako eta Extremadurako ardi transhumanteen artileak ditugu. Indian dagoen emakumeen kooperatiba batekin lantzen ditugun hainbat material birziklatu ere erabiltzen ditugu. Indiako emakume horiek material hauekin lan egiten dute: platan birziklatuko zuntza, sari birziklatuko zuntza eta egunkari birziklatuetako zuntzak (oso egokiak dekorazio-tapizak egiteko).

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

Ecommercearen alde apustua egin dugunez, iberiar penintsula osoan saldu nahi dugu; eta, datorren urteari begira, materiala Europa ere bidaltzeko asmoa dugu.

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

Ofrecemos materiales y herramientas para ayudar a crear un espacio para la exploración, el autoconocimiento y la conciencia, a través de la experiencia creativa de tejer y jugar con hilos, cuerdas y fibras. Nos caracterizan la creatividad, la calma y la sostenibilidad.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Mujeres que buscan conectarse con su esencia creativa, entretenerse entre hilos, realizar sus propias artesanías y elementos decorativos para su hogar.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestra marca?

Utilizamos materiales como cuerdas de algodón ecológico producido en España, lana de ovejas de razas autóctonas vascas (latxa, muturbeltz, navarra) y de ovejas trashumantes de Castilla y Extremadura. Así como una serie de materiales reciclados que trabajamos con una cooperativa de mujeres en India donde confeccionan: fibra de plátano reciclado, fibra de sari reciclado, lino reciclado y fibras de periódicos reciclados (ideal para tapices decorativos).

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

Dada nuestra apuesta por el ecommerce pretendemos enfocarnos a vender en toda la península ibérica y cara al año que viene nos gustaría ofrecer envíos a Europa también.

silento STUDIO
slow textile art



DAWAMORU FERNÁNDEZ
sortzaile kidea / cofundadora
COO

silentostudio@gmail.com
M. 676 87 66 09

GABRIEL ARESTI, N°8, 2A.
20012 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
silentostudio.com



Nik egingo dut zure patroia. Zuk emango diozu bizitza!

Izugarri gustatzen zaizu zeure arropa jostea baina ez dakizu edo nagia ematen dizu patroia egiteak?

Akukuna-DIYen formatu digitalean aurkituko dituzu patroiak, edozein erabiltzailek edo zalek jostintzan, etxean egin ditzan jantziak. Inprimatu eta josteko prest.

Erraz interpretatzeko moduko patroiak ditu eskueran, bideo tutorek lagunduta, gehien gustatzen zaion hori egin ahal izan dezan norberak, beretzako eta maite dituenentzako arropak, alegia. Akukuna-DIYen patroia guztiak oso moldaerrazak dira, era askotako aldaketak — patroia berarekin — egin ahal izateko prestatuta baitaude, haiei probetxu handia ateratzeko moduan.

Yo hago tu patrón ¡y tú le pones vida!

¿Te encanta coser tu propia ropa pero no sabes o te da pereza hacer el patrón?

En Akukuna-DIY encontrarás patrones en formato digital para que cualquier usuario o aficionado a la costura pueda confeccionarlos en casa. Listos para imprimir y coser.

Para que cada uno pueda hacer eso que más le gusta, hacerse su propia ropa y la de sus seres queridos con patrones fáciles de interpretar y acompañados de vídeo tutoriales. Cada patrón de Akukuna-DIY ofrece una gran versatilidad, ya que están preparados para poder realizar —con un mismo patrón— una amplia variedad de transformaciones y sacarles mucho provecho.



checklist	9	11	12.1	12.2	12.4	12.6	12.8	13	16

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Akukuna-DIYen "Do it yourself" patroiak ditugu, helduentzat edo haurrentzat kordinatuak, eta neurri askotakoak. Patroi funtzionalak eta praktikoak, Akukunak bereizgarri duen originaltasun horrekin, eta erosotasuna eta eguneroko premiak erreferente gisa hartuta.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Hiru zerbitzu ditugu patroi digitaletan: beren arropa egin nahi dute afizionatuentzat, patroia egiteak dakarren lan nekeza alde batera utzita. Hand-made marketarako patroigintza, beren diseinuak eta patroiak egin nahi dituztenentzat. Eta patroia eskusiboak eskaini nahi dituzten ehun-dendentzat edo markentzat, halen eskaintzaren osagarri izateko.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Produktu digital bat da. Papera bakarrik erabiltzen dugu, eta bertan inprimatzen dira patroiak eta gordetzen dira gerora ere erabili ahal izateko. Patroi bakoitza aurkezteko prototipoak ehun ekologikoekin egiten ditugu batez ere. Ehun-dendekin eta markekin ari gara lankidetzan, filosofia jasagarria edo ekoizpen nazionala dutenekin.

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

Epe ertainean herrialdeetik kanpo nahi genituzke banatu patroiak. Interpretatzen errazak direnez eta digitalki bidaltzen direnez, beste herrialde batzuetan ere erabil daitezke.

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

En Akukuna-DIY tenemos patrones "Do it yourself" coordinados para adulto o infantil en gran variedad de tallas. Patrones funcionales y prácticos con la originalidad de Akukuna y la comodidad y necesidades cotidianas como referentes.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Tenemos tres servicios en patrones digitales: para aficionados que deseen elaborar su ropa, ahorrándose la laboriosa tarea de hacer su patrón. Patronaje para marcas Hand-made que deseen hacer sus propios diseños y patrones. Y para tiendas o marcas de tejidos que quieran ofrecer patrones exclusivos, complementando su oferta.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Es un producto digital. Sólo usamos el papel donde se imprimen los patrones y se guardan para futuros usos. Los prototipos para presentar cada patrón los hacemos principalmente con tejido ecológico. Colaboramos con tiendas y marcas de tejidos con filosofía sostenible o producción nacional.

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

A medio plazo nos gustaría distribuir los patrones fuera del país. Al ser fáciles de interpretar y enviados de manera digital, pueden ser usados en otro país.



SONIA CEPA GARCÍA
fundatzailea / fundadora

akukuna@akukuna.com
soniacepa@gmail.com
M. 665 35 00 98

@akukuna_diy

Amarenak

www.amarenak.com

Amarenak, bai, halaxe hasi zen istorio hau. Duela urte batzuk bere amonaren kaikua heredatu zuen Oihane bere amarengandik. Euskal jaka tradizional hau, euskal arrantzaleek eta itsasgizonek erabili ohi zutena, gustukoan zuen berokia izan zen, eta bizi izan den munduko leku desberdinetan jantzen zuen, kolorea galtzen hasi zen arte. Berri bat erosi nahi izan zuenean jantzi hau ia desagertuta zegoela konturatu zen Oihane. Hala, egiten ari zen arkitektura-ikasketak uztea erabaki zuen Donostiara itzultzeko eta kaikua eta beste euskal jantzi eta elementu tradizional batzuk berreskuratzen hastea, **#jantzekoistorioak** berriak birdiseinatzeko.

Amarenak significa "de las madres" en euskera. Así empezó esta historia. Hace varios años, Oihane heredó de su madre el kaiku de su abuela. Esta chaqueta tradicional vasca que utilizaban los arrantzales y marinos vascos, fue su abrigo favorito y lo vestía en los diferentes lugares del mundo donde ha vivido, hasta que empezó a ajarse. Cuando quiso comprar uno nuevo, Oihane se dio cuenta que esta prenda casi había desaparecido y decidió abandonar su carrera de arquitecta para volver a Donostia y comenzar a recuperar esta y otras prendas y elementos tradicionales vascos, para rediseñar nuevas **#historiasquesellevanpuestas**.



checklist

1	2	4	5	8	9	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	15	16	17

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Euskal kultura, 0km eta eksklusibotasuna. Euskal tailerretan diseinatutako istorioen alde egiten dugu lan; 0km ehunekin eginak, atemporalak eta desberdinak. Jantzi bakoitzaren erabiltzaileak jartzen du balioan gure ondarearen parte bat eta horrela mantentzen du bizirik gure kultura. Edizioak, mugatuak eta zenbaituak, agortu arte daude salgai.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Euskal Herriari lotutako pertsonak; edo diseinuez eta istorioez maitemintzen direnak; edo oparitzeko edo jantzeko zerbait bereziren bila dabiltzanak. Kontzeptu bera lantzen da erakundeekin, taldeekin eta enprekin; balioak partekatzen ditugu haiekin, jantzien eta uniformearen bidez bereizteko eta beren istorioa kontatzeko.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Ehun naturalak, tokikoak lehentasunez. Neguan, ardi merinoen artile birjinazko oihalak, batzuetan kaxmirarekin leunduak. Udan, berriz, Euskal Herriko eta Frantziako lihoa, eta kotoia. Gero eta gehiago, ehun organikoak eta ziurtatuak erabiltzen ditugu, tokikoari lehentasuna emanda.

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

Munduan zehar ditugu bezeroak. Ipar Euskal Herrian, Madrilén, Bartzelonan, Parisen, Londresen edo Berlinen haztea da gure nahia. Gure jantziak gustuko dituzte Estatu Batuetan edo Japonian. Helburua hau da, gure #historiasquesellebanpuestas zabalkunde izatea.

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

Cultura vasca, km0 y exclusividad. Trabajamos por historias diseñadas en talleres vascos con tejidos km0, atemporales y diferentes. El usuario de cada prenda pone en valor una parte de nuestro patrimonio y mantiene viva nuestra cultura. Las ediciones; limitadas y numeradas, están disponibles a la venta hasta agotarse.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Personas vinculadas al País Vasco; o quienes se enamoran de los diseños e historias; o buscan algo único para regalar o vestir. Se trabaja el mismo concepto con instituciones, grupos y empresas; con las que compartimos valores, para diferenciarse y contar su historia con el vestuario y uniforme.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Tejidos naturales, preferiblemente locales. En invierno; paños de lana virgen de oveja merina, a veces suavizados con cashmir. En verano; lino vasco y francés, y algodón. Usamos, cada vez más, tejidos orgánicos y certificados, priorizando lo local.

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

Tenemos clientes por todo el globo. Queremos crecer en el País Vasco francés, Madrid, Barcelona, París, Londres o Berlín. Nuestras prendas gustan en Estados Unidos o Japón. El objetivo es que nuestras #historiasquesellebanpuestas se expandan.



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



Ame San Jose

COSTUME - ART - FASHION

Diseinu jasagarriak, delikatuak eta dotoreak, made in Donostia/San Sebastián. Bere silueta modu sotil batean, molde garbi eta minimalistekin nabarmendu nahi duen emakume batez hitz egiten du. Diseinu garaikidea, atemporala, oso ukitu gizatiarrarekin. Prozesua da interesatzen zaiona. Diseinuak bat eta bakarra dira.

Filosofia: xehetasun txikiek nabarmentzen dute desberdintasuna. Gauza sinpleen inspirazioa, jakin-mina, pertsonak, momentuak, keinuak, bidaiak & irakurketak. Prozesua: behatzea, aztertzea, interpretatzea, desagitea eta egitea bere moduan eraikitzeko. Helburua: oztopoak ezabatzea. Bere lan-prozesua: apuntea-bozetoa-azken lana.

Prozesu osoa (DISEINUA, PATROIGINTZA, MOLDEA & JOSKINTZA) eskuz egin da, maitasun handiz.

COSTUME - ART - FASHION

Diseños sostenibles, delicados y elegantes made in Donostia/San Sebastián. Habla de una mujer que busca resaltar su silueta de forma sutil, cortes limpios y minimalistas. Diseño contemporáneo, atemporal, con un toque muy humano. El proceso es lo que le interesa. Los diseños son uno mismo.

Filosofía; los pequeños detalles marcan la gran diferencia. Inspiración de cosas simples, curiosas, personas, momentos, gestos, viajes & lecturas. Proceso; contempla, analiza, interpreta, descompone y compone para construir a su modo. Objetivo, eliminar obstáculos. Su proceso de trabajo: apunte-boceto-trabajo final.

Realiza todo el proceso (DISEÑO, PATRONAJE, CORTE & CONFECCIÓN) de manera artesanal con mucho amor.



checklist

1	2	3	4	7	9	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	14	15	16

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 emakumez ari zaigun marka da.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Gure jantziak oihaltzailez 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-diseinatzalea /
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

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	12.8	13	15	16	17
																					
																					

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Marka gisa, kirola, diseinua, berrikuntza eta jasangarritasuna dira gure ardatzak. Material jasangarriak eta kalitatezkoak erabiltzen ditugu, eta diseinatzen ditugun kirol-jantziak jantzen errazak, erosoa eta urbanoak dira.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Kirola egitea edo jantzeko 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).

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, 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.

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.



MARIA EDROSO
komunikazio zuzendaria /
directora de comunicación

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

POLÍGONO INDUSTRIAL KATAIDE 25B
20500 ARRASATE (GIPUZKOA)
astore.es

BEDFORDST

Bedford Street vintage eta bigarren eskuko arropa-marka bat da. Pieza arraroak eta ikonikoak bilatzen eta saltzen ditugu, beste leku batean nekez aurkitu ahal izango liratekeenak. Marka sorta mugatu batekin lan egiten dugu; premium gamakoak dira, eta kosta ahala kosta saihesten dugu Fast Fashionen edozein marka, gure filosofia eta printzipioak ez baitaude horrekin lerrokatuta.

Markak helburu bikoitza du: 1) sistema zirkular bat sortzea, jantziei bigarren aukera bat emanez, eta baztertzea edo zaborretan edo erraustegietan bukatzea saihestea. 2) Bigarren eskuko arroparen erosketari normalizatzea, posible baita primeran jantzea planetari kalterik egin gabe.

Bedford Street es una marca de ropa vintage y de segunda mano. Buscamos y vendemos piezas raras e icónicas que costaría encontrar en otro sitio. Trabajamos con una selección limitada de marcas, de una gama premium, evitando a toda costa cualquier marca de Fast Fashion puesto que nuestra filosofía y principios no están alineados.

La marca tiene un doble objetivo: 1) crear un sistema circular dando una segunda oportunidad a las prendas y evitar que se desechen o terminen en las basuras o incineradoras. 2) Normalizar la compra de ropa de segunda mano, puesto que es posible vestir ideal sin perjudicar al planeta.



checklist	1	5	6	7	8	9	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	15
																
																

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Jasangarritasuna da markaren zutabe nagusia. Ikuspegi jasangarri bat hartzen dugu egiten dugun guztian, saltzen ditugun jantzieta, packaging birziklatuan eta erabiltzen dugun materialean.

Moda zirkularra eta kontsumo arduratsua defendatzen ditugu. Hobe da gutxi eta kalitatezkoa erostea eta denbora luzez erabiltzea. Jantzi baten bizi-zikloa ahalik eta gehien luzatzeko lan egiten dugu. Horrela, saihestu egiten dugu jantziak baztertzea, eta % 20-30 murrizten dugu beren CO2 isuria.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Publiko zabal bat da, batez ere 20-65 urteko adin-taldekoa. Ukitu chic bat duen estilo kasuala dugu bereizgarri, eta armairuko oinarritzkoak bilatzen ditugu. Hala, nola konbinatzen diren, eta erabiltzen diren osagarriak kontuan hartuta, estiloa informalagoa edo formalagoa da.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Bigarren eskuko jantziak, kalitate handiko marken hautaketa txiki batekoak, eta vintage jantziak, duela 20 urte baino gehiagokoak, ikonikoak eta bakanak.

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

Batez ere Europako merkatuan jarri nahi dugu arreta, eta moda zirkularra eta bigarren eskukoa normalizatzeko lanean jarraitu.

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

La sostenibilidad es el pilar principal de la marca. Adoptamos un enfoque sostenible en todo lo que hacemos, desde las prendas que vendemos hasta el packaging reciclado y el material que empleamos.

Abogamos por una moda circular y un consumo responsable. Es mejor comprar poco de calidad y usarlo por mucho tiempo. Trabajamos por alargar lo máximo posible el ciclo de vida de una prenda. De esta manera evitamos que se desechen y reducimos entre un 20-30% su emisión de CO2.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Nos dirigimos a un público amplio, principalmente a un grupo de edad entre los 20-65 años. Nos caracterizamos por un estilo casual con un toque chic y nos centramos en buscar básicos de armario que según cómo se combinen y los complementos que se usen, el estilo es más informal o formal.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Prendas de segunda mano de una pequeña selección de marcas de alta calidad y prendas vintage de hace más de 20 años, icónicas y únicas.

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

Queremos centrarnos principalmente en el mercado europeo y seguir trabajando por normalizar la moda circular y de segunda mano.

BEDFORDST

MARIA ROMERO GARMENDIA
sortzailea eta gerentea /
creadora y gerente

M. 747 43 13 45
contact@bedford-st.com

MARCELINO SOROA 5, 4A - 20011
DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN (GIPUZKOA)
bedford-st.com

byMyri

Ekonomialaria naiz, eta artisautza oro har eta ehungintzaren mundua bereziki maite dut. 25 urte baino gehiagoko esperientzia profesionalaren ondoren, abentura honi ekin diot, eta nire pasioa nire bizimodu bihurtu nahi dut.

byMyri 2022ko maiatzean sortu zen Donostian, eta kalitate oneko arropa eta osagarriak eskaintzen ditu 0 eta 3 urte bitarteko haurrentzat.

Haurrak zoriontsu ikusi nahi ditugu, mugarik gabe mugitzen, beren larruazal delikatuak zaintzen duten ehunekin jantzita. Amatzos/aitatzos zoriontsuak ere nahi ditugu, haurtxoak eder ikusi eta erraz jantzi eta erantzi ahal izango dituztenak.

Soy economista, y me apasiona la artesanía en general, y el mundo textil en particular. Tras más de 25 años de experiencia profesional me he lanzado a emprender esta aventura en la que quiero convertir mi pasión en mi modo de vida.

byMyri nace en mayo de 2022 en Donostia - San Sebastián, y ofrece ropa y accesorios de buena calidad para bebés de 0 a 3 años.

Queremos ver bebés felices, que se muevan sin restricciones, con tejidos que cuiden de su delicada piel. También queremos amatzos/aitatzos felices, que vean guapos a sus bebés y puedan vestirlos y desvestirlos con facilidad.



checklist	2	4	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	12.8	15	16	17
												
												

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Kalitatea: arreta berezia jartzen dugu erremateetan eta akaberetan, jantzi bikainak eta iraunkorrak lortzeko. **Diseinua:** estetika eta erosotasuna batzen ditugu haurtoentzat eta haiek janzteko orduan gurasoentzat ere. **Jasangarritasuna:** prozesu osoan agertzen da, zuntz bakarreko ehunak erabiltzen ditugu birziklatze on baterako, jantzigintzan hondakina minimizatzen en dugu, eta osagarriak sortzeko aprobetxatzen dugu, eta plastikorik gabeko packaging berrerabilgarria erabiltzen dugu. **Denborazkotasuna:** molde klasikoa eta berritua duten jantziak eskaintzen ditugu, joera eta modetatik kanpo.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Ingurumenarekin kontzientziatuta dauden familiak, seme-alabak janzteko arropa berezien bila dabiltzanak, betiere kontuan hartuta ehunak zaindu egingo duela haien larrazala.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Hazkuntza organikoko zuntz naturalak baino ez ditugu erabiltzen. Lihoa eta kotoia funtsean, jatorria eta ekoizpen jasangarria bermatzen duten ziurtagiriek.

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

Hasi berriak gara. Lehenik eta behin, ikusgarritasun handiagoa izan nahi dugu merkatu nazionalan, eta gero nazioartera salto egin. Eskandinaviako herrialdeek atentzioa ematen didate, ingurumenarekiko kontzientzia handia dutelako eta kalitatea lehenesten dutelako prezioaren aldean.

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

Calidad: prestamos especial atención a los remates y acabados para conseguir prendas exquisitas y durables. **Diseño:** unamos estética y comodidad para los bebés y sus padres a la hora de vestirlos. **Sostenibilidad:** presente en todo el proceso, usamos telas monofibra para un buen reciclaje, minimizamos el residuo en la confección aprovechándolo para crear accesorios, y usamos un packaging reutilizable sin uso de plásticos. **Atemporalidad:** ofrecemos prendas de corte clásico renovado, ajeno a tendencias y modas.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Familias concienciadas con el medio ambiente que buscan una prenda especial para vestir a sus hijos, sin preocuparse que un tejido les dañe la piel.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Utilizamos sólo fibras naturales de cultivo orgánico. Lino y algodón básicamente, con certificados que garantizan su origen y producción sostenible.

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

Acabamos de empezar. Primero queremos tener más visibilidad en el mercado nacional, y luego dar el salto al ámbito internacional. Me llaman la atención los países nórdicos, que tienen gran conciencia medioambiental y priman la calidad frente al precio.

byMyri



MYRIAM OCAÑA MARTÍNEZ
fundatzailea eta zuzendari
kreatiboa / fundadora y
directora creativa

M. 676 59 94 78
ceo@bymyri.com

www.bymyri.com

ELI-two

ELI-two modari balio handiagoa emateko kezkatik sortu zen, ikuspegi artistiko, kontzeptual eta artisautzazko batetik, eta diseinu arretatsu eta kalitatezko batetik. Bolumenak, materialak eta koloreak zaintzen ditu, diseinu atemporal eta iraunkor bat lortzeko helburuz, ikuspegi funtzional zein emozional batetik. Horrez gain, sentsibiltate berak landuta, pintura eta ilustrazio serieak garatzen ditu.

Beren iritziz gauzek denbora behar dute heldutasuna lortzeko, bai ekoizteko orduan, bai kontsumitzeko orduan, eta denboraren joanaren edertasunarekiko sentikorrek direnez, kontu handiz aukeratzea gustatzen zaie iraunkortasuna eta kalitatea.

ELI-two nació de la inquietud de revalorizar la moda desde una visión artística, conceptual y artesanal, y desde un diseño meticuloso y de calidad. Cuidando los volúmenes, los materiales y el colorido, busca una línea atemporal y duradera, tanto funcional como emocionalmente. Asimismo, trabajando las mismas sensibilidades, desarrolla series de pinturas e ilustraciones.

Creer que las cosas necesitan tiempo para madurar, tanto a la hora de producir como a la hora de consumir, y sensibles a la belleza del paso del tiempo, les gusta seleccionar cuidadosamente durabilidad y calidad.



checklist

1	2	3	4	5	8	10	11	12.1	12.2	12.7	12.8	14	15	16	17
															
															

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Piezak denboraldietatik edo modetatik haratago baloratuak izatea nahi dugu, kontu handiz gordeak, mimatuak, partekatuak, norbaiti utziak edo emanak izan daitezzen; hori da bilatzen dugun edertasun iraunkorra. "Objektuaren" kontzeptua birdefinitu nahi dugu, artearen eta artisautzaren, diseinuaren, esperientziaren eta narrazioaren bidez balioa emanez. Koloreak eta materialak kontu handiz aukeratzen dira, eta diseinuak eta formak xehetasunez trazatzen dira esentzia sentsibiltatez hartu eta islatzeko. Modu kontziente batean diseinatzaren dugu, eta mimoz egiten dugu lan etxetik gertu. Artisautzaren edertasuna eta garrantzia zaintzearen aldeko apustua ere egiten dugu.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Ondo landutako piezak eta arretaz egindako diseinuak bilatzen dituzten emakumeak, eta balio horiek gurekin partekatzen dituztenak.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Hainbat materialekin lan egiten dugu: lihoa, zeta, artilea, tencel-a, kotoia... eta batzuetan ehunen stock-hondarrak ere.

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

Penintsulako gainerako lekuetara iritsi nahi genuke pixkanaka, baita muga partekatzen dugun Frantziako eremura ere.

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

Queremos que las piezas sean valoradas más allá de las temporadas o modas, para que sean atesoradas, mimadas, compartidas, prestadas o legadas; esa es la belleza permanente que buscamos. Deseamos redefinir el concepto del "objeto", aportándole valor mediante el arte y la artesanía, el diseño, la experiencia, y la narración. Los colores y materiales son cuidadosamente seleccionados y las líneas y formas meticulosamente trazadas para capturar y plasmar con sensibilidad la esencia del mismo. Diseñamos de manera consciente y elaboramos con mimo cerca de casa. También apostamos por preservar la belleza y la trascendencia de la artesanía.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Nos dirigimos a mujeres que buscan piezas bien elaboradas y de un diseño trabajado, y que compartan los mencionados valores con nosotras.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Trabajamos con diferentes materiales como el lino, seda, lana, tencel, algodón... Y en ocasiones también a partir de restos de stock de tejidos.

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

Nos gustaría llegar poco a poco al resto de la península, así como a la zona francesa con la que compartimos frontera.

ELI-two



ELIXABET PERDIGUERO TOMÉ
fundatzailea eta zuzendari
kreatiboa / fundadora y
directora creativa

M. 648 825 724
info.ELITWO@gmail.com

PASEO DEL URUMEA, 13 - 11º B - 20014
DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN (GIPUZKOA)
eli-two.com

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

2	3	4	5	6	7	8	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	13	14	15	16	17

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 inkonformista, 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.



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 Alonsok bere mundura erakarri nahi zaitu, eta distiratsu, grinaz betea eta autentiko sentiarazi. Inguratzen zaituen edertasuna bilatzea, erosotasuna janztean.

Lihoa eta kotoiaren leuntasuna dira bilduma honetarako aukeratutako zuntzak; larruazalari transpiratzen uzten dio eta gorputzari aske mugitzen.

Geldotzeko eta hausnartzeko tarte bat izatea. Garrantzitsuenaz aztertzeko tarte bat.

Zoaz haizea dabilen lekura. Jarraitu eguzkiari. Inoiz ez dakigu noiz iritsiko den hurrengo abentura...

"Kotoiaren emakumeak"

Fanny Alonso te propone atraerte hacia su mundo y hacerte sentir radiante, apasionada y auténtica. Buscar la belleza que te rodea, la comodidad al vestir.

Lino y la suavidad del algodón son las fibras elegidas para esta colección, permite que la piel transpire y el cuerpo se mueva libremente.

Viviendo un momento para ralentizar y reflexionar. Un momento para evaluar lo más importante.

Ve donde sopla el viento. Sigue el sol. Nunca se sabe cuándo llega la próxima aventura...

"Mujeres del algodón"



checklist	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	13	14	15	16	17
																								
																								

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?

Lihoa eta kotoia. Ehun goxoak, jatorri eta etorki ziurtagiriarekin, erantzukizun sozial baten pean eskuratuak.

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.

**¿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?

Lino y algodón. 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.

**FANNY ALONSO COLLANTES**
fundatzailea / fundadora

fannycra2001@hotmail.com
M. 666 444 904

PLAZA ETXEBERRIETA, 3-4D
20140 - ANDOAIN (GIPUZKOA)
www.fannyalonso.com
www.mujeresdelalgodon.org

@fannyalonso10
@mujeresdelalgodon

indi & cold

SAN SEBASTIÁN

29 urte joan dira Diego eta Gonzalo Santaolalla modaren munduan ibiltzen hasi zirenetik. Marka hau 2012an sortu zen, Indiwoman eta Cold Alaska konpainiek bat egin zutenean.

HOSS INTROPIAko Sorkuntzaren Zuzendaritzaren eta Ekoizpenaren buru ibili ondoren, Cristina Villarek familia-proiektu batekin bat egin zuen bete-betean, Sorkuntzaren Zuzendaritzaren kontrola hartuz. Marka hau bere estiloaren isla da. Shabby chic biziki femeninoa, retro ukitukoa eta, batez ere, oso naturala.

Artisau-tradizioa, zuntzen zintzotasuna eta kolorearen erabilera berezia dira bere identitate-ikurretako batzuk.

Han pasado 29 años desde que Diego y Gonzalo Santaolalla empezaran su propia andadura en el mundo de la moda. La marca nació en 2012 tras la fusión de las firmas Indiwoman y Cold Alaska.

Después de liderar la Dirección Creativa y Producción de HOSS INTROPIA, Cristina Villar en el año 2000 se unió de lleno al proyecto familiar tomando las riendas de la Dirección Creativa. La marca es un reflejo de su estilo. Un shabby chic ultra femenino, con un toque retro y sobre todo, muy natural.

La tradición artesanal, la honestidad de las fibras y su particular uso del color son algunas de sus señas de identidad.



checklist

1	2	3	5	6	7	8	10	12.1	12.2	12.4	12.5	12.6	12.7	16	17

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Indi & colden, bizi-estilo naturala dugu gogoko, eta hori gure bilduma bakoitzera eramaten dugu. Shabby chic biziki femeninoa, retro ukitukoa eta, batez ere, oso naturala. Artisau-tradizioa, zuntzen zintzotasuna eta kolorearen erabilera berezia dira gure identitate-ikurretako batzuk.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Indi & cold emakumea naturala, femeninoa eta positiboa da. Nortasuna eta edukia duen emakumea da, joeretatik at bere estiloa duena. Irizpidea du, kalitatezko eta diseinu oneko ehunen zalea da eta, beraz, denboraldi bakoitzean, zintzo lotzen zaio markari. Sentikortasun bereziko emakumea da, detailea maite duena eta, beraz, indi & cold maite duena.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Gure bilduma oso zabala da, eta askotariko ehunetan lan egiten dugu, hasi kotoi organikotik eta liho europarreraino, baita Ecovero likatsua eta, are, zuntz birziklatuen puntua.

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

Badira urteak Europa, Kanada, AEB, Australia eta Japonia ia osoan gaudela. Egun, Asian eta Latinoamerikan dugu bista jarrita.

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

Si algo nos gusta en indi & cold es el estilo de vida natural y es lo que plasmamos en cada colección. Un shabby chic ultra femenino, con un toque retro y sobre todo, muy natural. La tradición artesanal, la honestidad de las fibras y su particular uso del color son algunas de sus señas de identidad.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

La mujer indi & cold es natural, femenina y positiva. Una mujer con personalidad y contenido con estilo propio más allá de las tendencias. Tiene criterio y gusto por tejidos de calidad y buen diseño, por lo que es fiel a la marca cada temporada. Es una mujer con una sensibilidad especial, que adora el detalle y, por lo tanto, adora indi & cold

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Nuestra colección es muy amplia y trabajamos con diferentes tejidos, desde algodón orgánico al lino europeo, viscose Ecovero e incluso punto de fibras recicladas.

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

Desde hace años tenemos presencia prácticamente en todo Europa, Canadá, EEUU, Australia y Japón. Actualmente tenemos la vista puesta en Asia y América Latina.

indi & cold
SAN SEBASTIÁN



CRISTINA DE VILLAR
zuzendari sortzailea /
directora creativa

cvillar@indilandcold.com
T. +34 943 326 126

PORTUETXE 24
20018 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)

www.indilandcold.com

INGE ZUBELDIA

INGE ZUBELDIA 2017an sortu zen marka txiki bat da. Emakumeen modan aritzen gara lanean, emaztegaiantzako eta zeremoniako jantziekin nagusiki. Jantzi erabat atemporalekin Prêt-à-Porter kapsulako bilduma txiki batzuk ere egiten ditugu.

Slow fashion-a gure DNAREN parte da eta jantzi bakoitzean agertzen da: Jantziak diseinatzeko eta prestatzeko prozesutik hasi eta jantzia bezeroari entregatu arte. Jasangarritasuna eta erantzukizun soziala gure lehentasunetako bi dira.

INGE ZUBELDIA n tokian bertan diseinatzeko eta fabrikatzeko dugu, guztia gure tailerrean egiten dugu, diseinutik eta patroigintzatik hasi eta jantziak egin arte.

INGE ZUBELDIA es una pequeña marca nacida en 2017. Nos dedicamos a la moda de mujer, centrándonos en prendas de novia y ceremonia. También hacemos pequeñas colecciones cápsula Prêt-à-Porter con prendas totalmente atemporales.

El slow fashion forma parte de nuestro ADN y está presente en cada prenda: desde el proceso de confección y diseño hasta la entrega del vestido al cliente. La sostenibilidad y la responsabilidad social son dos de nuestras prioridades.

En INGE ZUBELDIA diseñamos y fabricamos de manera local, todo lo hacemos en nuestro propio atelier, desde el diseño y patronaje, hasta la confección.



checklist	3	8	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	12.8	14	15	17
												
												

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Funtsezko balioen aldeko apustua egiten dugu: tokiko produkzioa, diseinu eksklusiboa eta arreta pertsonalizatua. Marka jasagarria eta etikoa gara. Gure jantzien sormen-prozesu osoa gure tailerrean bertan gauzatzen da. Era horretan, kontrol zorrotza lortzen dugu, izakinak gutxiago mugituz, eta ahalik eta CO2, ur eta energia gehien aurreztuz. Tokiko ekonomiaren eta ekonomia zirkularraren sorreran, diseinu erabat atemporaletan eta denborarekin modaz pasatzen EZ diren jantzieta sinesten dugu.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Bere izaera galdu nahi ez duen, eta edozer gauzaren gainetik jantzi bakoitzaren xehetasuna, finetasuna, eskulana eta produkzio-prozesua baloratzen duen emakume dotore eta berezi batengana bideratuta dago INGE ZUBELDIA.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Material jasagarrien, eskulanaren eta eskuzko prozesuen aldeko apustua egiten dugu. Gure azken bilduman ehun jasagarriak eta birziklatuak gehitu ditugu, baita plastikozko tapoiekin 3D bidez inprimatuz sortutako xehetasunak ere, gure izaera galdu gabe pieza bereziak sortuz.

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

Gaur egun, eskusibotasunaren merkatuan zentratuta gaude. Bide horretatik, LIMITED EDITIONeko ezkontza-bilduma txikiekin saiatu nahiko genuke.

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

Apostamos por valores fundamentales: producción local, diseños exclusivos y atención personalizada. Somos una marca sostenible, y ética. Todo el proceso de creación de nuestras prendas se realiza en nuestro propio atelier. Conseguimos así un control excelente, con menores movimientos de existencias ahorrando lo máximo posible de CO2, agua y energía. Creemos en la creación de una economía local y circular, diseños totalmente atemporales, prendas que con el paso del tiempo NO pasan de moda.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

INGE ZUBELDIA está orientado a una mujer elegante y única, que no quiere perder su esencia y que valora la exquisitez, el detalle de cada prenda, la artesanía y el proceso de producción por encima de todo.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Apostamos por materiales sostenibles, artesanía y procesos manuales. Nuestra última colección incorpora tejidos sostenibles y reciclados y detalles creados en impresión 3D con tapones de plástico, creando piezas únicas sin perder nuestra identidad.

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

INGE ZUBELDIA ahora mismo se centra en el mercado de la exclusividad. En esta línea, nos gustaría experimentar con pequeñas colecciones nupciales de LIMITED EDITION.

INGE ZUBELDIA

**INGE ZUBELDIA**
diseinatzaillea / diseñadorainfo@ingezubeldia.com
M. 697 525 368AVDA. MARTÍN JOSÉ IRAOLA 10, BAJO.
20400 TOLOSA (GIPUZKOA)
ingezubeldia.com



KIBŌ MODA CONSCIENTE

KIBŌk itxaropena esanahi du (japonieraz). Etorkizun etikoagoan, jasangarriagoan eta hobean itxaropena. Ingurumenarekin, Ama Lurrarekin eta pertsonekin errespetu handiagoa izango duen errealitate baterako behin betiko bidean itxaropena.

KIBŌ bizimodu jasangarria, arduratsua, etikoa, informala, garaikidea eta kalitatekoa da. Etorkizun hobearen aldeko apustua egiten dugu, eta gure esku dagoen guztia egingo dugu ondo geratuko den eta primeran sentiaraziko duen arropa sortzeko.

KIBŌ significa esperanza (en japonés). Esperanza de un futuro más ético, más sostenible, mejor. Esperanza de un giro definitivo hacia una realidad más respetuosa con el medio ambiente, con la Madre Tierra y entre las personas.

KIBŌ es un estilo de vida sostenible, responsable, ético, desenfadado, actual y de calidad. Apostamos por un futuro mejor, y vamos a poner todo de nuestra parte para crear moda, que siente bien y con la que sentirse genial.



checklist	1	8	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	12.8	15	16	17
													
													

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

KIBŌ, definizioz, *genderless* da; sinesten dugun munduan, pertsonen generoa ez da inor bereizteko arrazoa izango edo inor kanpoan uzteko edo diskriminatzeko arrazoa izango. KIBŌ bakarra da; pieza bakoitza modu indibidualen eraikitzen da, eta alde txikiak izan ditzake gure web-orrian erakusten den ereduarekin. Gure iritziz, ezaugarri horrek eksklusibitatea eta izaera ematen dio gure unibertsoari. KIBŌ denboragabea da. Gure diseinuak denboran irauteko pentsatu dira. Ez dugu aldi baterako modan sinesten, urte askotan erabiliko diren artikuluetan baizik. KIBŌ moda inklusiboa da; ez dago neurrien arabera mugatuta, ezta denboraldiak mugatuta ere. Saiatzen gara eskatzen digutena eta behar dutenean eskaintzen.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

20 eta 45 urte arteko pertsonak, moda arduratsua kontsumitzeko interesa dutenak.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Batik bat ehun birziklatuarekin lan egiten dugu; normalean, ematen dizkiguten ehunak izaten dira. Bestelako materialak behar baditugu, BETI bertan eta nazio barruan lortzen ditugu.

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

Nazioarteko publikoarengana iristea gustatuko litzazuke.

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

KIBŌ es *genderless* por definición, creemos en un mundo dónde el género de las personas no puede ni debe ser una razón para segregar, excluir o discriminar a nadie. KIBŌ es único, cada pieza se construye de forma individual y puede presentar pequeñas diferencias con el ejemplo mostrado en nuestra web. Entendemos que esta característica aporta exclusividad y carácter a nuestro universo. KIBŌ es atemporal. Nuestros diseños están pensados para perdurar en el tiempo. No creemos en modas pasajeras y sí en artículos que vayas a usar durante años. KIBŌ es moda inclusiva y no está delimitado por tallas o restringido por temporadas. Intentaremos ofrecer lo que nos pidan, cuando se necesite.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Personas de 20 a 45 años interesadas en consumir moda responsable.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Trabajamos mayoritariamente con textil reciclado, generalmente donado. Si necesitamos otros materiales, los conseguimos SIEMPRE de forma local y nacional.

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

Nos encantaría llegar a un público internacional.



RUBÉN PANTIGA VERA
sortzailea / creador

info@kibomodaconsciente.com
M. 688 877 953

EDIF. TORREKUA, ORERETA 7, BAJO
20100 ERRENTERIA (GIPUZKOA)
kibomodaconsciente.com

KOTOI

Andoaingo kotoi-fabrikari 1920-70 urte inguruan lan egin zuten emakume aitzindari batzuk ezagutu ondoren, Pepitak, haietako batek, kontatzen zigun ekoizpenetik lortzen zituzten soberakinak eramaten zituztela eurentzat jantziak egiteko, ez baitzuten baliabide ekonomikorik.

Istoria horretan oinarrituta, aktibo jarraitzen duen fabrika horretako ehun-hondakinetatik abiatuta lan egiten dugu. Beharra, ordea, aldatu egin da. Ingurumenaren larrialdia kontuan hartuta, sortzen diren hondakin horiei guztiei aukera bat ematen diegu, ekoiztako ahalik eta material gehienak izan dezan bizitza baliagarri bat.

Lehenaldian inspiratuta, etorkizunerako diseinatzen.

Tras conocer a varias mujeres pioneras que trabajaron en la algodónera de Andoaín sobre 1920-70, Pepita, una de ellas, nos contaba cómo se llevaban los sobrantes que obtenían de la producción para poder confeccionar prendas para uso personal, ya que no contaban con recursos económicos.

Inspirándonos en esta historia, trabajamos a partir de residuos textiles de esta misma fábrica, la cual sigue activa. Sin embargo, la necesidad ha cambiado. Teniendo en cuenta la urgencia medio ambiental, damos una oportunidad a todos esos desechos que se generan para que más cantidad del material producido tenga una vida útil.

Inspirándonos en el pasado, diseñando para el futuro.



checklist

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	13	14	15	16	17

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Kotoi baztertutako materialak birziklatu, aprobetxatu eta berrerabiltzeki abiatuta egiten du lan, eta kopuru txikietan ekoizten ditu tokiko tailerretan. Beraz, Kotoiren balioak jasagarritasunean (materialean, kalitatean eta hurbiltasunean), erantzukizunean eta ingurumena zaintzarekiko kontzientzia finkatzen dira.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Publiko orori, ahalik eta pertsona eta estilo desberdinenetara iritsi ahal izateko diseinatzan dugu gure produktua.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Gure jantziak egiteko, enpresa handietako ehun-hondakinetatik abiatuta lan egiten dugu, dagoeneko ekoiztutako material guztiari bizitza baliagarri bat eman ahal izateko. Eguneroko erabilerako ehunarekin lan egiten dugu, eguneroko bizitzan piezak egokitzen laguntzen diguna: denima.

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

Gure marka merkaturatu berri dugunez eta ekoizpen txikiak errespetatu nahi ditugunez, gure jarduera merkatu nazional batean oinarritzen da. Oraingoz merkatu honetan arakatuko dugu.

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

Kotoi trabaja partiendo del reciclaje, aprovechamiento y reutilización de materiales desechados, produciendo en pequeñas cantidades en talleres locales. Por lo que los valores de Kotoi se afianzan en la sostenibilidad (en material, calidad y cercanía), responsabilidad y consciencia respecto al cuidado del medio ambiente.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

A todo tipo de público, diseñamos nuestro producto de forma que pueda llegar a la mayor diversidad de personas y estilos diferentes.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Para confeccionar nuestras prendas, trabajamos partiendo de desechos textiles de grandes empresas para poder dar una vida útil a todo el material ya producido. Trabajamos con un textil cotidiano que nos ayuda a encajar las piezas en el día a día: el denim.

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

Ya que acabamos de lanzar nuestra marca y queremos respetar las pequeñas producciones, nuestra actividad se centra en un mercado nacional. Por ahora exploraremos en este mercado.

KOTOI



FANNY ALONSO / MAIALEN PORROY
diseñatzaileak / diseñadoras

kotoi.coleccion@gmail.com

M 666 444 904
M 688 849 919

www.instagram.com/_kotoi_/

Kurmi

Kids

Kaixo! Brenda naiz, Donostian haurrentzako jantziak egiten dituen Kurmi Kids moda jasangarriko markaren diseinatzailea.

Gros auzoan gaude. Bertan ditugu gure tailerra eta denda. Harro gaude kalitatezko diseinuak eskaini ahal izatearekin, txikien hazkundean haiei lagundu eta egokitzen baitira. Kurmi Kids-en jantzi eroso eta dibertigarriak diseinatzeko saiatzen gara, eskuz eta mimo handiz eginak eta kalitatezko materialak erabiliz. Gure ekoizpen prozesuak jasangarriak dira eta gure ehunek, gehienak kotoi organikozkoak, Oeko-Tex ziurtagiria dute. Oso gustuko dugu gure lana, eta maitasuna jartzen dugu sortzen dugun jantzi bakoitzean.

¡Hola! Soy Brenda, diseñadora de Kurmi Kids, una marca de moda sostenible que confecciona prendas para los más pequeños en Donostia-San Sebastián.

Nos ubicamos en el barrio de Gros, donde se encuentra nuestro taller y tienda. Nos enorgullece poder ofrecer diseños de calidad que se adaptan y acompañan el crecimiento de los más pequeños. En Kurmi Kids nos enfocamos en diseñar prendas cómodas y divertidas, confeccionadas a mano con mucho mimo y usando materiales de calidad. Nuestros procesos de producción son sostenibles y nuestras telas cuentan con certificación Oeko-Tex, siendo en su mayoría de algodón orgánico. Nos apasiona lo que hacemos y le ponemos amor a cada prenda que creamos.



checklist

1	2	4	5	7	8	9	10	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	12.8	13	14

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Kalitatea, sormena eta hurbiltasuna. Jantzien diseinua eta jantzigintza % 100ean egiten da Donostian. Tokiko hornitzaile eta bezeroekin lan egiten ahalegintzen gara, ekonomia bidezkoagoa eta jasangarriagoa sustatuz.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Gure publiko nagusia ume txikiak eta haurrak dira. Jantziak haietara egokitzen dira, hazten laguntzen diete, mugitzeko eta eroso jolasteko aukera ematen diete. Helduentzako jantzi funtzional eta erosoak egiten ditugu, edoskitzeko arropa barne. Jasangarritasuna eta kalitatea baloratzen duten pertsonengana zuzentzen gara, desberdina eta berezia den zerbaiten bila dabilzanengana.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Kalitatezko ehunak erabiltzen ditugu, batez ere kotoia, gehien bat organikoa. Ehunek Oeko-Tex ziurtagiria dute. Iraunkorrek eta atemporalak izateko diseinatutako jantziak dira. Diseinu eroso eta dibertigarriak.

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

Euskal Herrian hartu nahi dugu indarra, batez ere Gipuzkoan. Penintsula mailan gehiago lan egin eta publiko nazional zabalago batengana iritsi nahi dugu. Etorkizunean Europako merkatuak lortu nahi ditugu. Azokak ahal ditugunean egiten ditugu, pertsona gehiagok jantziak ezagutzeko eta gozatzeko aukera izan dezaten.

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

Calidad, creatividad y cercanía. El diseño y confección de las prendas se hace al 100% en San Sebastián. Nos esforzamos en trabajar con proveedores y clientes locales, fomentando una economía más justa y sostenible.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Nuestro público principal son bebés y niños. Las prendas se adaptan a ellos, les acompañan en su crecimiento, les permiten moverse y jugar cómodamente. Confeccionamos prendas funcionales y cómodas para adultos, incluyendo ropa para lactancia. Nos dirigimos a personas que valoran la sostenibilidad y calidad, que buscan algo diferente y especial.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Usamos tejidos de calidad; principalmente algodón, su mayoría orgánico. Los tejidos cuentan con el certificado oeko-tex. Son prendas diseñadas para ser duraderas y atemporales. Diseños cómodos y divertidos.

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

Queremos fortalecernos en el País Vasco, principalmente Gipuzkoa. Trabajar más a nivel peninsular, llegando a un público nacional más amplio. En el futuro queremos alcanzar mercados europeos. Realizamos cuando podemos ferias, para que más personas puedan conocer y disfrutar las prendas.



BRENDA SOL CORTE
diseinatzaillea / diseñadora

info@kurmikiids.com
M. 667 790 954

Denda / Tienda:
TRUEBA 15, LOCAL 1 (GROS)
20001 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
www.kurmikiids.com

LAVANDERA

Mónica Lavanderak, firmaren sortzaileak eta kreatiboak, 14 urte baino gehiago daramatza bere sorkuntzak eskaintzen; diseinuak eta patroiak ere berak eginak dira. Bere diseinuen izaera garbia eta eroso aditzera ematen duen identitate-ikurra.

Lavanderak berezko hizkuntza bat du, markaren nortasuna definitzen duten formen eta bolumenen hizkuntza bat, alegia. Bilduma jarraitu bat eratzea da bere asmoa. Hala, erabiltzailearen menpe dago jantzien iragankortasuna, ez, ordea, berarekin zerikusirik ez duten erritmoen menpe.

Firmak sorreratik lan egin du jasagarritasun-parametroekin. Bere jantziei planetarekiko errespetua daria, eta materialen aukeraketatik ondoren muntatzen diren arte ikusten da hori.

Mónica Lavandera, fundadora y creativa de la firma, ofrece desde hace más de 14 años sus creaciones diseñadas y patronadas por ella misma. Una seña de identidad que marca el carácter limpio y confortable de sus diseños.

Lavandera tiene un lenguaje propio de formas y volúmenes que definen la personalidad de la marca. Persigue una idea de colección continua, donde la temporalidad de las prendas depende de su portador y no de ritmos ajenos a él.

La firma ha trabajado con parámetros de sostenibilidad desde sus orígenes. Sus prendas emanan una esencia de respeto hacia el planeta que se puede ver desde la selección de los materiales hasta su posterior ensamblado.



checklist	1	2	3	4	5	7	8	9	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	12.8	14	15	16

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. Produktzioa —oso-osorik Espainian egina dago— eta balio-kateko prozesu guztien gaineko kontrola.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

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

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

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

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

Euskal Herriko eta Espainiako hainbat hiritan saltzen dugu; eta presentzia dugu Alemanian, Belgikan eta Holandan. Gure asmoa merkatu horiek irimotzea da, eta Europako beste herrialde batzuetan presentzia handiagoa lortzea. Gure filosofiari jarraituz, Europan bakarrik saltzea erabaki dugu.

**¿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?

Vendemos en diferentes ciudades del País Vasco y España; y tenemos presencia en Alemania, Bélgica y Holanda. Nuestra idea es afianzar esos mercados y conseguir más presencia en otros países europeos. Por filosofía, hemos decidido vender sólo en Europa.

LAVANDERA



MÓNICA LAVANDERA
fundatzailea / fundadora

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

SIERRA DE ARALAR, 68
20014 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
www.lavanderabrand.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 egunerokotasunerako eramateko joera du, eta esanahai surrealista betetako 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 detalles llenos de significado surrealista.



checklist	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	15	16	17

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 pertsonak. 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 altxorak direnean.

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

Edozein aztertze prest gaude.

**¿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 vintage, 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.

ARGAZKAK / FOTOS: Khurts Begoña

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

LOREAK MENDIAN

Loreak Mendian, horixe bera esan nahi du, sustraiei zintzo lotzen zaion marka bat, Donostian sortua eta munduari begira. 25 urtez gorako ibilbidea du, bizitza garaikidea eraldatzeko berrinterpretatua.

Loreak Mendian markak **kalitate handiko** eta fabrikazio zainduko arropen aldeko apustua egiten du. **Garai orotarako arropa iraunkorak** sortzeko diseinuak duen ahalmena aldarrikatzen du. Loreak Mendian janztea **diseinura eta funtzionaltasunera** lerratzea da.

Kulturak hauspotzen ditu, eta bere egiten ditu inguruko adierazpide artistikoak. Musika, zinema edo diseinu grafikoa Loreak Mendianen zati dira, haren bildumak, dendak eta sormenerako gogoia bera inspiratuz.

Loreak Mendian significa "flores en el monte", una marca fiel a sus raíces, nacida en Donosti, con una mirada al mundo. Una trayectoria de más de 25 años reinterpretada para transformar la vida contemporánea.

En Loreak Mendian apuestan por **prendas de alta calidad** y con una fabricación cuidada. Reivindican el poder del diseño para crear **prendas atemporales y duraderas**. Vestir Loreak Mendian significa inclinarse por **el diseño y la funcionalidad**.

Les mueve la cultura y se empapan de las expresiones artísticas que les rodean. La música, el cine o el diseño gráfico son parte de Loreak Mendian, inspirando sus colecciones, las tiendas y su propio espíritu creativo.



checklist	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	12.8	13	15	16	17
																						
																						

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Loreak Mendianek 3 balio nagusi ditu enpresa gisa: diseinua, funtzionaltasuna eta jasangarritasuna. Herritarrei zuzentzen diegun pieza edo ekintza orok zuzeneko harremana du balio horiekin. Gainera, sormen-ardatzak ditugu gidari, hala nola artea, musika, diseinua, sustraiak, mugikortasuna.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Gure hartzaileak gizonak eta emakumeak dira, janzterakoan kalitatea eta egiteko trebezia bilatzen dutenak, diseinu zainduko eta garai orotarako arropak, baina ukitu sortzaile eta bizkor batekin.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Kotoi % 100 organikoak, PFCrik gabeko kanpoko arropak, poliesterraren moduko birziklatutako ehunak, etab. Berokirako arropetan, 'animal friendly' eta % 100 zuntz naturalezko artilezko isolatzaileak, % 100 luma birziklatuz, naturalez eta biodegradagarriak beteak.

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

Espania eta Frantzia dira gure merkatu nagusiak, baina beti gabiltza Europari begira.

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

Loreak Mendian consta de 3 valores principales como firma que son el *diseño*, la *funcionalidad* y la *sostenibilidad*. Toda pieza o acción dirigida al público tiene relación directa con estos valores. Además de guiarnos por ejes creativos como el arte, la música, el diseño, las raíces, la movilidad.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Nuestro público son hombres y mujeres que buscan calidad y saber hacer a la hora de vestir, buscando prendas de diseño cuidado y atemporal pero con ese toque creativo y vibrante.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Algodones 100% orgánicos, prendas exteriores libres de PFCs, tejidos reciclados como el polyester etc. Y en prendas de abrigo, aislantes de lana 100% de fibras naturales 'animal friendly' y rellenos de pluma 100% reciclada, natural y biodegradable.

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

España y Francia son nuestros principales mercados, pero siempre estamos mirando hacia Europa.

**LOREAK
MENDIAN****MARIA EDROSO**

Komunikazio Zuzendaria / Directora de Comunicación

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

POLÍGONO INDUSTRIAL KATAIDE 25B
20500 ARRASATE (GIPUZKOA)
loreakmendian.com



Moda konformagaitza eta jasagarria, 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 atemporalak eta dinamikoak sortzeko, eguneroko jantziak, jantzi funtzionalak, iraunkorrak eta tokikoak nahi dituenari jantzeko ateak irekiko dizkionak. Marka etengabe ari da eboluzionatzen bere identitate-ikurra galdu gabe, moda ulertzeko modu jasagarri 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	1	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	13	14	15	16	17
																							
																							

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Gure apustuak, moda jasangarriagoa eta gure tailerrean fabrikatzea, tokiko ekonomian, produkzio-kontrollean eta kalitatean eraginez. Tokiko moda eskaintzen dugu; inpaktu gutxikoa ingurumenean, ia 0ra murriztuz garraio-kontsumoa eta CO₂ emisioak. Gutxi 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 poliestere-zuntzeko 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 Artisauteko azoka nagusietan. Multimarka-gune gehiagoren bila gabiltza; gutxienez azoka nazional eta nazioarteko batean egotea, bezeroak eta komertzialak erakartzeko, marka banatu dezaten. Hemen erreferentziako 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 CO₂. 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.



HELENA FUSTÉ
diseinatzailea / diseñadora

luhei@luhei.net
M. 650 65 74 33

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



M.A. eguneroko bizitzarako oinarrizko jantziak eta azpiko arropak dira, % 100 merino ardien goi-mailako artilez eginak. Haren propietateei esker, edozein motako larruazalerako eta edozein urte-sasoirako egokia da; hala, koloreari lotuta, funtzionaltasunean diseinua bilatzen du.

Kontzeptu % 100 jasangarri gisa, produkzioaren urrats bakoitzaz arduratzen gara, eta jatorrian gure merino artilea aukeratzen dugunetik Donostian dugun tailerrean jantziak egiten ditugun arte zaintzen dugu. Jantziak gehiago irauteko neurri-tarte zabalen patroiak erabiliz diseinatzen dugu, eta online salmentan aritzen gara jantziak prezio bidezkoetan eta gardenetan eskaintzeko, deskonturik eta marketineko estrategiarik erabili gabe.

M.A. son básicos y ropa interior para el día a día, fabricados en la mejor calidad de lana de merina 100%. Sus propiedades hacen que sea perfecta para todas las pieles y todas las estaciones; buscando el diseño en la funcionalidad unida al color.

Como concepto 100% sostenible somos conscientes de cada paso de la producción y cuidamos desde el origen y selección de nuestra lana merina hasta la confección en nuestro taller en San Sebastián. Diseñamos con patrones de rangos de tallas amplios y evolutivos para mejorar la durabilidad de la prenda y nos enfocamos en la venta online para ofrecer prendas a precios justos y transparentes sin recurrir a descuentos ni estrategias de marketing.



checklist	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	14	15
																	
																	

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Gure konpromiso sozialaren oinarrian dago gure ZQ merinoaren produkzio prozesuaren eta kalitatearen jasagarritasunaren babesa. Material horrek iraunkortasuneko eta ingurumena errespetatzeko estandar zorrotzenak betetzen ditu. "BODY POSITIVE" mugimendua ere babesten dugu. Mugimendu horrek emakumearen gorputzaren errealitatea agerian jartzea bilatzen du emakumea bera ahaldunduz.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Gaur egun, inposatutako patroietara egokitu behar ez dutela eta diren bezala izan behar dutela pentsatzen duten, eta eguneroko bizitzan eroso sentiaraziko dituzten oinarritzko jantzi iraunkorretan erosotasuna eta jasagarritasuna bilatzen duten emakume guztiei. Baita euren eta euren seme-alaben larrazalderako merino artilea zuntz egokia dela ezagutzeko jakin-mina dutenei ere.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

ZQ kalitatea duen % 100 merino artilea erabiltzen dugu, fina, leuna eta iraunkorra. Izugarritzko ahamen termorregulatzailearekin, bakterio-kontrakoa, usain-kontrakoa, elastikotasun handikoa eta egunero erabili ahal izateko oso zaintza erraza duena.

Gipuzkoan duzuen jarduera kon-tuan hartuta, zein beste merkaturan sartu nahiko zenukete?

Estatuko merkaturan gure lekua egin nahiko genuke eta, aurrerago, Eskandinaviako herrialdeetara, Europako iparraldera, Estatu Batuetara eta Kanadara hedatu, merkatu zabala delako eta merino artilea ondo ezagutzen dutelako.

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

Nuestro compromiso social se basa en la defensa de la sostenibilidad del proceso productivo y calidad de nuestro merino ZQ que cumple los más altos estándares sostenibles y de respeto medioambiental. También defendemos el movimiento "BODY POSITIVE", que busca visibilizar la realidad del cuerpo de la mujer empoderándola.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Actualmente a todas las mujeres que creen que no tienen que adaptarse a patrones impuestos sino ser ellas mismas, que buscan el confort y la sostenibilidad en prendas básicas y duraderas que les hagan sentir cómodas en el día a día. También aquellos que sientan curiosidad por conocer la lana merina como fibra perfecta para su piel y la de sus hijos.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Usamos lana de merino 100% en su calidad ZQ, fina, suave y resistente con una increíble capacidad termorreguladora, antibacteriana, antiolor, alta elasticidad y muy fácil mantenimiento para el uso diario.

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

Nos gustaría posicionarnos a nivel nacional y luego dar el salto a los países nórdicos y del norte de EU, EE.UU. y Canadá por ser un mercado extenso y conocedores del merino.



SILVIA ECHEVERRÍA ECHEVERRÍA
fundatzailea / fundadora

info@milesalong.com
M. 650 16 71 73

JOSE MARÍA SALABERRIA, 13, 7A
20010 - DONOSTIA (GIPUZKOA)
milesalong.com

MÅ | 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

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	13	14	15	16	17
																							
																							

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 egin % 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 zabaltzea 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
fundatzailea / fundadora

maideralzaga@gmail.com
M. 669 11 51 67

USURBIL (GIPUZKOA)
maideralzaga.com

maripuritijer/tas

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	1	2	3	4	5	6	7	8	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	13	14	15	16	17
																							
																							

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 erosok eta estilo berezikoak dira.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

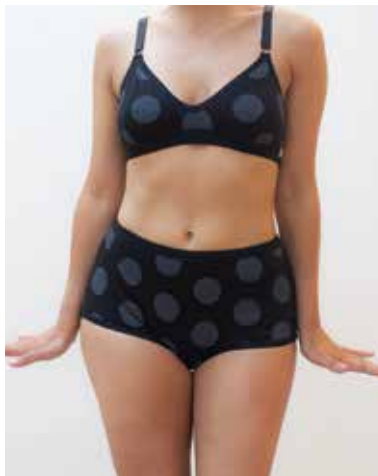
Nagusiki produktu berezia, polita eta, bertan eta modu iraunkorrean eginga egoteak ematen dion balio erantsia duen produktua bilatzen duten emakumeei zuzendua dago. Nire merkatu-hobia kontsumitzaile arduratsua da.

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 duan lekua. Nire ustez, kontsumo arduratsuekin lotuta, euskal kontsumitzailearen kontzientziazio ezaren ondorio da. Oraindik "marka ezagunak" erosteko joera handia dagoen arren, honako galdera hau egin beharko genuke: Nondik dator arropa hori? Benetan behar dut?

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

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

¿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?

SANTA CLARA

Santa Clara, Donostiaren eta izarren arteko konexioa.

Santa Clara, gure hiri ederra kanpora proiektatzeko asmoz, 2020an Donostian sortu den arropa marka bat da. Pop kulturako hainbat ikono Donostiako txoko estrategikotan integratuz, oso gurea baina, aldi berean, publiko globalari zuzenduta dagoen bilduma osatu dugu.

Ilustrazioak gure diseinatzaile grafikoek egindako artelan eksklusiboak dira. Guztiak kalitate handiko jantzi ekologikoetan inprimatuak daude.

Santa Clara, la conexión entre San Sebastián y las estrellas.

Santa Clara es una marca de ropa que nace en San Sebastián en 2020 con la idea de proyectar nuestra maravillosa ciudad hacia el exterior. Integrando diferentes iconos de la cultura pop en rincones estratégicos de Donostia conseguimos una colección muy nuestra pero a la vez orientada a un público global.

Las ilustraciones son obras de arte exclusivas realizadas por nuestros diseñadores gráficos, todas ellas impresas sobre prendas ecológicas y de gran calidad.



checklist	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	13	14	15	16	17
																								
																								

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Orijinaltasuna, ingurumenarekiko konpromisoa eta jarrera positiboa.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Gure publikoa jende alaia da, bere hiria, moda eta kultura maite dituen jendea, baita beste mota bateko kalitatezko oroitzapena eraman nahi duten turistak ere.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Jantziak kalitate handiko kotoi organikoz eginak daude.

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

Epe luzera, gure helburua da, formula bera erabiliz, Estatuko hainbat hiritara zabaltzea, baina beti Donostia erreferentzia gisa edukiz gure izenaren bitartez.

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

Originalidad, compromiso con el medio ambiente y actitud positiva.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Nuestro público es gente divertida, gente que ama su ciudad la moda y la cultura, así como turistas que quieran llevarse un recuerdo diferente y de calidad.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Las prendas están compuestas por algodón orgánico de gran calidad.

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

Nuestro objetivo a largo plazo es expandirnos por diferentes ciudades nacionales con la misma fórmula, pero siempre llevando San Sebastián por bandera a través de nuestro nombre.



JON LANDER MORENO
RUBÉN ORTIZ DE ZÁRATE
fundatzaileak / fundadores

contacto@santaclara-store.com
M. 639 38 79 74

santaclara-store.com

SKFK

WEAR WHAT YOU ARE

20 urteko ibilbide honetan, Mikel Elzo buruan den markak bere produkzioa eredu jasangarri batera bideratzen jakin du, bere identitatea galdu gabe, eta lehenengo moda-marka izan da Espainian GOTS eta Bidezko Merkataritza ziurtagiriak lortzen, eskakizun handieneko irizpideak biltzen dituztenak ingurumenaren eta gizartearen arloetan.

Garrantzi handiko aldaketak bizkor gertatzen ari diren mundu batean, SKFKren ustez indargune ugari ditu, etengabe hazten doan marka bizi bat izaten jarraitzeko hainbat aukera eman ahal izango dizkietenak. SKFKn modu global batean lantzen dute jasagarritasuna, beren ezagutza zabalak partekatuz, alderdi guztiei helduz, balioa sortuz, gardentasunez eta modu ziurtatu eta independente batean.

En estos 20 años de trayectoria, la marca capitaneada por Mikel Elzo ha sabido transformar su producción a un modelo sostenible sin perder su identidad y, ha sido la primera marca de moda en España en obtener las certificaciones GOTS y Comercio Justo, que aúnan los criterios medioambientales y sociales más exigentes.

En un mundo de cambios muy importantes y rápidos, SKFK cree tener muchas fortalezas que les pueden dar diversas posibilidades de seguir siendo una marca viva y en crecimiento. En SKFK trabajan la sostenibilidad de manera global, compartiendo buena parte de sus conocimientos, tocando todos los aspectos, generando valor, con transparencia y de manera certificada e independiente.



Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

1999an sortu zenetik bizimodu jakin baterako bizibide bat sortzeko, SKFKren balioak hauek izan dira: diseinu originala, berrikuntza, funtzioaniztasuna, kultura anitzeko ikuspegia, baina euskal sustraikoa, eta jasangarritasuna, balio holistiko eta ziurtatu gisa.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Gure produktuak emakume independente, cool eta ingurumenarekin kezkatuta dagoen bati daude zuzenduak.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Erabiltzen ditugun zuntzen % 100 inpaktu baxukoak eta ingurumenarekiko errespetutsuak dira: kotoi organiko ziurtatua, TENCEL™ Modal LENZING™ ECOVERO™, kotoi birziklatua, Europan jatorria duen lihoa, poliéster birziklatua, artile birziklatua eta nylon birziklatua. Gainera, ehunetako asko guk sortuak dira eta etengabe aritzen gara material bila.

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

Euskal marka bat gara, euskal enpresa holding bat, nazioarteko proiektioarekin. Enpresa propioak ditugu zazpi herrialdetan eta 38tan saltzen dugu. SKFKtik globalizat hartzen ditugu markak; baina asko eratzen zaigu egiteko etengabe hedatzen ari den mundu batean bizi garenez gero.

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

Desde que se creó en 1999 como una manera de generar un medio de vida para un modo de vida, los valores de SKFK han sido el diseño original, la innovación, la multifuncionalidad, el enfoque multicultural, pero de raíz vasca, y la sostenibilidad, como valor holístico y certificado.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Nuestros productos van dirigidos a una mujer independiente, cool y concienciada con el medioambiente.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

El 100% de las fibras que utilizamos son de bajo impacto y respetuosas con el medio ambiente: algodón orgánico certificado, TENCEL™ Modal LENZING™ ECOVERO™, algodón reciclado, lino de origen europeo, poliéster reciclado, lana reciclada y nylon reciclado. Asimismo, generamos muchos de nuestros propios tejidos y buscamos materiales constantemente.

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

Somos una marca vasca, un holding de empresas vasco, con una proyección internacional. Tenemos empresas propias en siete países y vendemos en 38. Desde SKFK entendemos las marcas como globales; pero, nos queda mucho por hacer al vivir en un mundo en constante expansión.

SKFK™

WEAR WHAT YOU ARE

**MIKEL FEIJOO ELZO**
fundatzailea / fundadormikel@skfk.eu
M. 94 625 79 22MIKEL FEIJOO ELZO
UTXA 5, OFICINAS
48195 - LARRABETZU (BIZKAIA)
skfk.eu

telarista

urbana

“AMETSEN HARIEKIN UTOPIA ALBAINTZEN”

Lucia Sánchez Puertok, Telarista Urbana-ren zuzendari kreatiboak, 1993an jarri zuen martxan bere artisautza-proiektua, eta horrela bete zuen bere ametsetakoa bat: gehien atsegin duen horregatik eta horretarako lan egitea. Orain, tailerrak eta workshop-ak ematen ditu: tindu naturalak, ehundegia, estanpazio botanikoa, batik, pintura zetan, joskintza sortzailea eta ehungintzarekin zerikusia duen guztia, artisautzaren magian barrena bidaiatuz.

Artisautzaren arloan duen jakintza transmititzea da bere helburua, eta oihartzun kontziente bat izatea bere ingurune lokal eta sozialean. Gainera, material naturalekin eta % 100 jasagarriekin egiten ditu jantziak, lanketa eta joskintzako prozesu tradizionalak jarraituta.

“HILVANANDO LA UTOPIA CON LOS HILOS DE LOS SUEÑOS”

Lucia Sánchez Puerto, directora creativa de Telarista Urbana, puso en marcha su proyecto artesanal en 1993, cumpliendo uno de sus sueños, trabajar por y para lo que más le agrada. Actualmente, imparte Talleres y Workshop de tintes naturales, telar, estampación botánica, batik, pintura en seda, costura creativa y todo lo relacionado con lo textil; originando así un viaje a la magia de la artesanía.

Su objetivo es transmitir su saber artesanal y eco consciente en su entorno local y social. Asimismo, confecciona prendas mediante materiales naturales y sostenible 100%, siguiendo los procesos de elaboración y confección tradicionales.



checklist

1	2	3	4	5	6	7	9	11	12.1	12.2	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	13	14	15	16	17
																				
																				

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Telarista Urbana-ren identitatea eta esentzia produktu jasangarriekin eta naturalekin egindako lana da. Artilea iruteko ofizioa berreskuratzea eta erreskatatzea da nire asmoa, baita joskintzako prozesu naturalak ere, tindatzekoa, besteak beste. Pigmentu naturalak, estanpazio botanikoa erabiltzen ditut.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Artisautzaren esentzia ezagutu, bereizi eta balioesten duen publikoari dago zuzendua. Originaltasuna eta sormena baloratu eta bilatzen duenari dago bideratua. Pachamamak (ama lurra) ez dit inoiz huts egiten; bera da arte honetan nire maisu handia.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Material guztiak dira naturalak eta jasangarriak. Horietako batzuk: alpaka, artile merinoa, zeta, banbua edo kotoi jasangarria % 100ean. Estanpazioa ehunetan, tindu eta pigmentu naturalak erabiltuta.

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

Internazionalizatzea laster izango da errealitate bat.

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

La Identidad y esencia de Telarista Urbana es el trabajo con productos sostenibles y naturales. Intento recuperar y rescatar el oficio de hilar la lana y los procesos naturales de confección, como teñirla. Utilizo pigmentos naturales, estampación botánica.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Se dirige a un público que conoce, distingue y aprecia la esencia artesanal. Está destinada a quién valora y busca la originalidad y creatividad. La Pachamama (madre tierra) nunca me decepciona, ella es mi gran maestra en este arte.

¿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 algodón sostenible 100%. Estampación en telas, empleando tintes y pigmentos naturales.

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

Internacionalizar pronto se hará realidad.

telarista
urbana



LUCÍA SÁNCHEZ
moda iraunkor masterra
moda sostenible master

info@telaristaurbana.com
M. 608 57 46 58

EUSTASIO AMILIBIA, 14 - 7E
20011 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
telaristaurbana.com

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 eta tratamendu jasangarriak erabiltzen aitzindaria, Ternuak prestazio tekniko handiko jantziak fabrikatzen ditu, balio anitzekoak eta diseinu berezikoak, eta erabiltzen dituen prozesuek eta ehunek ahalik eta inpaktu gutxiena dute ingurumenean.

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 y tratamientos 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	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	12.8	13	15	16	17
																						
																						

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Berrikuntza jasagarria, diseinua, outdoor espiritua, eta craftsmanship gaitasuna gure jantziak zuzenean fabrikatu eta testatu ahal izateko, definitzen gaituzten balioei eta gaurdaino gidatu gaituen babes-senari erantzuten dietela ziurtatuta.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Askotariko erabiltzaileei dago zuzendua, praktikatzen duten jarduera motagatik, beren nortasun eta bizi-estiloagatik, tratamendu berezi eta zehatz bat eskatzen dutenei. Eskakizun handiko kirolaririk hasita urbanita aktiboraino; kalitatearen, teknikotasunaren eta diseinuaren bila dabilen pertsonak, eta gainera produktua jasagarria eta ingurumenarekiko errespetutsua izatea balioesten dutenak.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

1994an jada polarren gure lehenengo bilduma plastikozko botiletatik eratorritako poliester birziklatuarekin egin zegoen. Aurkitzen ditugun materialen artean nabarmentzekoak dira ondokoak birziklatuta landutako ehunak: kafe-hondarrak, treneko moketak, plastikozko botilak, arrantza-sareak edo erabiltzeari utzitako beste jantzi batzuk; intxaur-azalak, latxa ardiaren artilea eta itsasotik berreskuratutako plastikoa.

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

Oraintxe, 20 herrialdetan gaude Europan, Asian eta Amerikan. Gure oraingo lehentasuna da merkatu nazionalen aitzindari izatea eta Alemanian, Austrian, Suitzan eta Frantzia sendotzea, baina merkatu berriak ere zabaltzen ari gara.

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

Innovación sostenible, diseño, espíritu outdoor, y la capacidad craftsmanship de poder fabricar y testar nuestras prendas directamente y asegurarnos que responden a los valores que nos definen y el espíritu de protección que nos han guiado hasta hoy.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Nos dirigimos a una amplia variedad de usuarios que, por el tipo de actividad que practica, su personalidad y estilo de vida, requieren un tratamiento diferente y concreto. Desde el deportista exigente hasta el urbanita activo, personas que buscan calidad, tecnicidad y diseño, y 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; cáscaras de nueces, lana de oveja latxa y plástico recuperado del mar.

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

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 

EDU URIBESALGO
berrikuntzako zuzendaria /
director de innovación

infor@ternua.com
T. 943 71 20 34

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

T★C

T w i n & C h i c

Little Slow Fashion

Twin & Chic-ek haurrentzako premium moda organikoa sortzen du. Jasangarritasuna da markaren zutabe nagusia; planetaren, naturaren, eta produkzio etiko eta arduratsuaren zaintzan oinarritua. Bere jantziak luxuzko pieza atemporalak dira. Espainian eginak, look koordinatuen proposamenak eta zeremonietakoak ere barnean direla.

Beren ehunak premium, organikoak eta ziurtatuak dira. Tokiko artisauekin lan egiten dute, ia ahanzturan geratu diren ehungintzako teknika tradizionalak berreskuratzearen. Beste industria bat posible dela uste dute: sakonagoa, kontzienteagoa eta arduratsuagoa.

Pauso txiki baina irmoekin, Erikak, bere sortzaileak, haurrentzako moda ekologikoago bat sortzeko eskariari erantzuten dio, estilo berdingabe eta eksklusiboarekin.

Little Slow Fashion

Twin & Chic crea moda infantil orgánica premium. La sostenibilidad es el pilar fundamental de la marca; centrada en el cuidado del planeta, la naturaleza y, la producción ética y responsable. Sus prendas son piezas de lujo atemporales hechas en España, incluyendo propuestas de looks coordinados y de ceremonia.

Sus tejidos son premium, orgánicos y certificados. Trabajan con artesanas locales recuperando técnicas de tradición textil caídas casi en desuso. Crean que otra industria es posible: más profunda, consciente y responsable.

Con pequeños pasos pero firmes, Erika, su fundadora, responde a la demanda de crear moda infantil más ecológica, con estilo único y exclusivo.



checklist

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	14	15	16	17
																						
																						

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Diseinua eta kalitatea oinarritzkoak dira. Moda egiteko gure moduan defendatzen dugun irizpidea etikoa eta ingurumenaren aldekoa da. Hala, haurren larruazalaren zaintzan jartzen dugu arreta, ekonomia zirkularreko eta ekodiseinuko irizpideekin, Made in Spain betiere; eta arreta berezia jartzen dugu artisautzan eta ehungintzako teknikak balioan jartzen, beste belaunaldi batzuetara hedatzearen.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Haurren jantzieta eskusibotasuna, kalitatea eta diseinua nahi duten familiak; haien larruazala, planeta eta katean lan egiten duten pertsonak zaintzearen balio diferentzialean sinesten dutenak.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Udan, liho organiko ziurtatua. Neguan, batez ere kotoi organiko ziurtatua, akabera desberdinekin. Arreta handiz aukeratuak ehun organikoaren fabrikatzaile onenen artetik.

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

Boutique eta saltoki handi eskusiboetan gaude, 17 herrialdetan baino gehiagotan; baita Marketplace-n ere, esaterako Zalandon, European agerikotasun handia ematen baitigu horrek. Asian eta Estatu Batuetan jarraituko dugu gure zabalkuntza. Espainia dugu gure salmenta-gune nagusia, Serrano 47 zentro eskusiboan, El Corte Inglés (Madrid) saltokiko haur-sailean; eta Showroom bat dugu gure bulegoetan.

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

Diseño y calidad son básicos. Defendemos un criterio ético y medioambiental por nuestro modo de hacer moda, centrada en cuidar la piel de los niños, con criterios de economía circular y ecodiseño Made in Spain; y especial atención a la artesanía y preservación de técnicas textiles, poniéndolo en valor para extenderlo a otras generaciones.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Familias que buscan exclusividad, calidad y diseño en la ropa de los niños; creen en el valor diferencial del cuidado de su piel, el planeta y personas que trabajan en la cadena.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

En verano, lino orgánico certificado. En invierno, principalmente algodón orgánico certificado en distintos acabados. Elegidos cuidadosamente entre los mejores fabricantes de tejidos orgánicos.

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

Estamos en boutiques y grandes almacenes exclusivos, en más de 17 países; además de Marketplace como Zalando, dándonos gran visibilidad en Europa. Seguiremos la expansión en Asia y Estados Unidos. Tenemos nuestro primer punto de venta en España, en la sección infantil del exclusivo centro Serrano 47 de El Corte Inglés (Madrid); y contamos con Showroom en nuestras oficinas.



ERIKA GÓMEZ VILLOSLADA
fundatzailea / fundadora

Info@twinandchic.com
M. 620 86 87 54

CALLE SAN MARCIAL, 8-10. 1B - OFICINA 2
20005 DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
twinandchic.com



Merkatuan eroso ibiltzeko etorri dira, aktibo izateko, benetan garen bezalakoak izateko, aske, opresiorik gabe, mugarik gabe.

Oinkada naturala bere onera ekartzera ausartzen dira. Hala, haurtzarotik abiatzen dira ibilbideari ekiteko. Eta horrela, osasunari ematen diote bidea, gure gorputzarekiko konpromisoan aurrerapauso bat emanda.

Benetako apustu horrek beren bidea egitera eramán ditu, biharkoari adoreaekin eta ikuspegi eraldatzaile batekin begiratzuz; konbentzioekin hautsi nahi dutelako, originalak eta bakarrak izateko.

Eta zuk? Zein da zure pausoarekin utzi nahi duzun aztarna?

Mugi zaitetz!

Oinetatik hasita, babestu zure ongizatea, askatu zure naturaltasuna.

Han venido a pisar fuerte, a ser activos, haciéndonos libres de ser como realmente somos, sin opresiones, sin limitaciones.

Se atreven a recuperar la pisada natural, partiendo desde la infancia para iniciar su andadura. Y así, dan pie a la salud, marcando un paso adelante en el compromiso hacia nuestro cuerpo.

Una apuesta auténtica que les lleva a recorrer un camino propio, mirando al mañana con energía, con una visión transformadora; porque quieren romper con lo convencional para ser originalmente únicos.

¿Y tú? ¿Cuál es la huella que quieres dejar con tu paso?

¡Muévete!

Calza tu bienestar, atrévete a ser natural.



checklist	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.8	13	15	16	17
																				
																				

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Active wellness. Ongizatea da gure ibilbide-orria. Oinetakoetan teknologia aplikatuta, osasuna sustatzen dugu, diseinu zintzo batekin, etengabeko berrikuntzarekin eta oinkada natural batekin. Gure fisiologian, diseinuetan, diskurtsoan, ekoizpenean eta komertzializazioan dago active wellness hori. Izan ere, sorkuntzatik bidalketara ino sustatzen ditugu jardunbide egokiak.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Haurren sektorea, lehen publikoa, alegia. Oinetakoek gure gorputzari eusten diote. Hala, osasungarriak ez direnek era askotako ondorioak izan ditzakete: garapen propiozeptibo egoki bat ez izatek gorputz-lerroak oker bateraino, horrek arazo muskulueskeletikoak eragiten dituela kontuan hartuta. Epe ertainera egingo dugu aurrera helduen oinetakoen kategorietara.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen oinetakoetan?

Kirol-material teknikoak erabiltzen ditugu, eta ekodiseinuari eta erosotasunari ematen diegu lehentasuna. Zola monomaterialak sortzen ditugu teknologia erregistratuekin, erabat birziklatzeko modukoak, eta kirol-oinetakoetarako multimaterial espezifikoa erabiltzea saihesteko.

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

Hemen sortuak gara, baina Europara begiratzen dugu. Proiektatu nahi dugun merkatua da, Belgika, Herbehereak, Frantzia eta Alemaniatik hasita.

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

Active wellness. El bienestar es nuestra hoja de ruta. Mediante la tecnología en el calzado promovemos salud con un diseño sincero, una innovación constante y una pisada natural. Active wellness está en nuestra fisiología, diseños, discurso, producción y comercialización, incentivando las buenas prácticas desde la creación hasta el envío.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Nos orientamos al sector infantil como primer público. El calzado sustenta nuestro cuerpo y, uno poco saludable, puede tener efectos de muchos tipos; desde la falta de un correcto desarrollo propioceptivo a una mala alineación corporal, ocasionando problemas músculo-esqueléticos. A medio plazo avanzaremos hacia categorías de calzado adulto.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestro calzado?

Usamos materiales técnicos deportivos, primando ecodiseño y confort. Creamos suelas monomateriales con tecnologías registradas, permitiendo su total reciclaje y evitando el uso de multimateriales específicos para el calzado deportivo.

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

Nacemos locales, pero miramos a Europa. Es el mercado donde nos queremos proyectar, empezando por Bélgica, Países Bajos, Francia y Alemania.



SILVIA ECHEVERRÍA ECHEVERRÍA
fundatzailea / fundadora

info@nawturalrun.com
M. 650 16 71 73

EDIFICIO PI@, OFICINA 111.
20018 DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
www.nawturalrun.com

ROYO

Royo moda jasangarriko marka bat da, modaren mundua maite duten bi gazte ekintzailearen, Nuriaren eta Sofiaren, espirtu sortzailetik sortu zena. Asiara egindako bidaia baten ondoren sortu zen; bidai horrek begiak zabaltu zituen. Gure asmoa da Espainian egindako eta diseinatutako produktu jasangarri batekin nabarmentzea, eta erakustea posible dela gizartearekin eta ingurumenarekin arduraz jokatzeko, diseinua eta moda alde batera utzi gabe. Horretarako, material birziklatuz eta organikoz egindako oinetakoak diseinatzen ditugu. Gainera, gure markaren bidez, proiektuak bultzatu nahi ditugu; hasteko, tokiko artistak eta ekintzaileak ikusarazi. Nolanahi ere, etorkizunean askoz ere modu gehiagotan lagundu nahiko genuke.

Royo es una marca de moda sostenible, que nace del espíritu creativo de Nuria y Sofía, dos jóvenes emprendedoras amantes del mundo de la moda. Comenzó tras un viaje a Asia que nos hizo abrir los ojos. Nuestro propósito es destacar con un producto sostenible, hecho y diseñado en España, y demostrar que es posible ser social y medioambientalmente responsable, sin dejar a un lado el diseño y la moda. Para ello, diseñamos zapatillas con materiales reciclados y orgánicos. Además, queremos impulsar proyectos desde nuestra marca, primero dando visibilidad a artistas y emprendedores locales y en un futuro nos gustaría poder apoyar de muchas más maneras.



checklist	2	3	4	5	6	7	8	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	13	14	15	16	17
																					
																					



Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Gardentasuna, materialetan eta ekoizpenean zein markaren sormen-prozesuan bertan. Ingurumen-jasangarritasuna —material birziklatuak, beganoak eta organikoak erabiliz— eta gizarte-jasangarritasuna —Espainian fabrikatzen eta diseinatzeko dugu, tokiko ekonomia babestuz—. Originaltasuna eta amets egitea, gauzak beste modu batean eginez, inolako mugarik gabe. Eta diseinua, nahiz eta batzuetan, jasangarritasuna lantzean, bigarren maila batean geratzen den.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

"Streetwear" bizimodu sofistikatu, sortzaile eta vintagea duten guztiei. Moda etikoarekin kontzientziatuta dauden eta kalitate eta nortasuneko produktuak bilatzen dituzten 25 eta 45 urte artekoak.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen oinetakoetan?

Material birziklatuak, organikoak eta beganoak. Besteak beste, ananazuntza, artoa, arropa birziklatua, plastikozko botila birziklatuak, kotoi organikoa edo pneumatiko birziklatua.

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

Nazio mailan erreferente izan nahiko genuke, eta, horretarako, online saltzen dugu, nahiz eta munduko beste leku batzuetara ere bidaltzen ditugun oinetakoak. Izugarri gustatuko litzaike Europako Iparraldera eta Latinoamerikara zabaltzea, pixkanaka eta oinak lurrean ditugula.



¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?

La transparencia, tanto en materiales, producción y en el proceso de creación de la marca. La sostenibilidad medioambiental, —con el uso de materiales reciclados, veganos y orgánicos—, y social —fabricamos y diseñamos en España apoyando la economía local—. La originalidad y el soñar, haciendo las cosas de una manera diferente sin ponernos límites. Y el diseño, que a veces queda en un segundo plano cuando se trabaja la sostenibilidad.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

A todas aquellas personas con un estilo de vida "streetwear" sofisticado, creativo y vintage. Personas de entre 25 a 45 años, concienciadas con la moda ética y que busquen productos de calidad con personalidad.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestro calzado?

Materiales reciclados, orgánicos y veganos. Entre ellos, fibra de piña, maíz, ropa reciclada, botellas de plástico recicladas, algodón orgánico o neumático reciclado.

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

Nos gustaría ser referentes a nivel nacional y para ello vendemos online, aunque también realizamos envíos al resto del mundo. Nos encantaría expandirnos al norte de Europa y Latino América, poco a poco y con los pies en la tierra.

xxx
ROYO



NURIA ROBLEÑO

zuzendari exekutiboa eta sortzailea / CEO y directora creativa

hola@royobrand.com
M. 663 65 52 51

EIBAR (GIPUZKOA)
royobrand.com

ARANA

Arana emakumeentzat arto-larruz egindako zapatak eskaintzen dituen aurrenetako oinetako-marka bat da. Bai, artozkoak, ez plastikozkoak, ez larruzkoak. Moda jasagarria produktu aspirazional bihurtzea du helburu.

Fabrikatzaile italiar batekin lan egiten dute. Hark % 69 material organikoekin egindako larru sintetikoa sortzea lortu du elikagaien industrian baztertutako artoarekin.

Ekoizpena Elxen egiten dute, oinetakoen industrian ibilbide luzea duen familia-lantegi batean. Haien lankidetzari eta inplikazioari esker, sandalia estiloso eta, batez ere, eroso bat lortu dute, bulegora nahiz parrandara joateko berdin erabil daitekeena.

Arana es una de las primeras marcas de calzado de mujer en ofrecer zapatos hechos con cuero de maíz. Sí, de maíz, ni plástico ni cuero. Su misión es hacer de la moda sostenible un producto aspiracional.

Trabajan con un fabricante italiano que ha conseguido crear un cuero sintético hecho con hasta un 69% de materiales orgánicos a base del maíz desechado en la industria alimentaria.

La producción la realizan en Elche, en una fábrica familiar con gran recorrido en la industria del calzado. Gracias a su colaboración e implicación han conseguido una sandalia estilosa y sobre todo cómoda para que la puedas usar desde para ir a la oficina, hasta para salir de fiesta.



checklist

1	2	3	4	5	6	8	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	13	15	16
																	
																	

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Gaur egungo marka bat gara, egunean gaudenak kontsumitzaileen gustuetan eta oinetako eta osagarri jasangarrien sektoreko berrikuntzetan. Erantzukizuna: Gure ingurumen- eta gizarte-inpaktua, hari aurrea hartuta, murrizten saiatzen gara. Bihurrikeria: Modak ez du zertan soila, serioa eta urruna izan. Gure hurbiltasuna eta dibertsioa sumatzea nahi dugu.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Lan-munduan dabilen emakumeak, anbizio handikoak eta aurre egin behar diegun gizarte- eta ingurumen-arazoez jabetzen direnak. Beren burua zaintzea gustatzen zaie, eta sentsibiltate estetiko handia dute. Dituzten kezken artean, ingurumen- eta gizarte-jasangarritasunak eragina du haien erosteko motibazioetan, batez ere ehungintzako produktuetan eta elikagaietan.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen oinetakoetan?

Sandalieta erabiltzen den materialaren % 69 elikagaien industriak baztertutako artotik datozen bio-based materialak dira, eta % 31 poliuretanoa. Ehuneko organiko handiagoa duten materialak lortzeko lanean jarraitzen dugu.

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

Indarrak eta baliabideak Estatu Batuetako merkatura bideratzen ari gara. Eta Frantzia, Italia eta Alemania esploratu nahi ditugu.

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

Somos una marca actual, al día de los gustos de las consumidoras y de las innovaciones en el sector del calzado y accesorios sostenibles. Responsabilidad: Tratamos de reducir nuestro impacto medioambiental y social antes de provocarlo. Picardía: La moda no tiene por qué ser sobria, seria y distante. Queremos que se sienta nuestra cercanía y diversión.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Mujeres adentradas en el mundo laboral, con carácter ambicioso y conscientes de los problemas sociales y medioambientales a los que nos enfrentamos. Les gusta cuidarse y tienen una fuerte sensibilidad estética. En sus preocupaciones, la sostenibilidad medioambiental y social afecta a sus motivaciones de compra sobre todo en productos textiles y alimentación.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestro calzado?

El material usado en las sandalias es 69% materiales bio-based procedentes de maíz desechado por la industria alimentaria y 31% poliuretano. Seguimos trabajando por conseguir materiales con un aún mayor porcentaje orgánico.

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

Estamos dedicando fuerzas y recursos al mercado estadounidense. Y queremos explorar Francia, Italia y Alemania.

ARANA

**CRISTINA LETEMENDIA**

fundatzailea, marketa eta diseinua /
fundadora, marketing y diseño
M. 660 42 90 90

MAURO RAMOS

fundatzailea, eragiketak eta finantzak /
fundador, operaciones y finanzas
M. 697 71 55 56

20009 - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN (GIPUZKOA)
info@thisisarana.com
www.thisisarana.com



Marta Arritokieta da marka honen sortzailea, eta beste norabide bat hartu du bere bizitzak pinturarekiko bere grina eta diseinu eta modako bere ikasketak uztartzeren alde apustu egitean.

Abentura honetan, natura da bere inspirazio-iturria eta, beraz, ondo zaintzen duen alderdia da. Mihiseetako ehunen ordeztak, kotoiak eta tapizeriako oihal birziklatuak erabiltzen ditu. Horiekin, kolorez betetako piezak sortzen ditu, sormen handikoak, atemporalak, pertsonalizatuak eta eksklusiboak.

Marta Arritokieta la creadora de esta marca, ha dado un giro a su vida y ha apostado por unir su pasión por la pintura, con sus estudios de diseño y moda.

En esta aventura, la naturaleza es su fuente de inspiración, y como tal, trata de mimarla. Las telas de los lienzos son sustituidas por sedas, algodones y telas recicladas de tapicería. Con ellas después crea de manera artesanal piezas llenas de color, creativas, atemporales, personalizadas y exclusivas.



checklist	4	7	9	12.1	12.4	12.6	12.7	14	16
									
									

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Artisau-lana, eskusibotasuna eta bezeroarentzat moldatutako diseinu pertsonalizatuak, baita unitate mugatuaren produkzioa ere, ehun birziklatuen txataltan tamainarengatik. Horiek dira enpresaren oinarriak.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Jantzetik harantz zerbaite gehiagoren bila dabilen publikoarengana zuzentzen naiz.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Jantzetan eta zapietan zeta zoko ehunak erabiltzen ditut, edo zeta zuntz begetalekin nahastua; alpargata eta poltsetarako, berriz, Gots ziurtagiria duen kotoia erabiltzen dut eta tapizeriako oihalak birziklatzen ditut. Alpargatek jutezko zoru dute eta Azpeitian eginak dira gehienbat.

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

Xede dudan merkatua pertsonalizatua eta eskusibotasunera dago zuzendua. Ekoiztu, irakatsi eta saldu ahal izango nukeen tailer bat eduki nahi nuke.



¿Cuáles son los valores que caracterizan vuestra marca?

El trabajo de forma artesanal, la exclusividad y adaptación al cliente de los diseños personalizados y la producción de unidades limitadas por el tamaño de los retales de telas recicladas, son los pilares de la empresa.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Me dirijo a un público que busque algo más que el hecho de vestirse.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

En las prendas y pañuelos utilizo telas de seda, o seda mezclada con fibras vegetales, para las alpargatas y bolsas utilizo algodón con certificado Gots y reciclado telas de tapicería. Las alpargatas, a su vez, llevan suelas de yute producidas en su mayoría en Azpeitia.

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

El mercado al que me dirijo es a la personalización y la exclusividad. Me gustaría tener un taller en el que poder producir enseñar y vender.

**EKOMODO**

Marka bat baino gehiago, filosofia bat da EKOMODO. Bere helburua da populazioa jabetzea modu kontziente, arduratsu eta jasangarriago bat dagoela ekoizteko, kontsumitzeko, ekiteko eta bizitzeko. Horretarako, plastikozko eta hainbat hondakinetako % 100 material birziklatuekin diseinatu, fabrikatu eta merkaturatzen dituzte produktuak eta osagarriak, ekodiseinuaren eta ekonomia zirkularraren printzipioetan oinarrituta, partikularrentzat eta erakundeentzat.

Hala, mundu hobetoago bat sortzen dute bezeroentzat, gizartearentzat eta planetarentzat onak diren produktuen bitartez.

Más que una marca, EKOMODO es una filosofía. Buscan concienciar a la población de que existe una manera más consciente, responsable y sostenible de producir, de consumir, de emprender y de vivir. Para ello, diseñan, fabrican y comercializan productos y accesorios del día a día con material 100% reciclado de plástico y distintos residuos, basados en los principios del ecodiseño y la economía circular, para particulares y organizaciones.

Así, crean un mundo mejor mediante productos que son buenos para sus clientes, buenos para la sociedad y buenos para el planeta.



checklist	1	5	8	9	10	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	13	14	16	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 lankidetzaren gure jendearekiko eta gure ingurunearekiko; grina eta gogo bizia egunetik egunera atzo baino pixka bat hobeak izateko; eta konpro-misoi, inpaktu positiboak sorrarazteko eta mundu hobeto bat elkarrekin batera sortzeko.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Keinu txiki bidez eta gustu onarekin mundu hobeto sortzen lagundu nahi duten pertsona guztiei zuzenduta dago EKOMODO. Langileengan, bezeroengan edo euren ekitaldietara bertaratzeko direnengan orotazapen positiboak utzi nahi duten enpresa, erakunde eta ekitaldi konprometituek ere erakarri nahi ditugu.

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 jardueraren 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 caracterizan a los ekomoder: 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; y el compromiso de generar impactos positivos y cocrear un mundo mejor.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

EKOMODO se dirige a todas aquellas personas que quieren contribuir a crear un mundo mejor desde pequeños gestos y que lo quieren hacer con estilo. 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 (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.



ARITZ GARTZIA SEGUROLA
sortzaile kidea eta CEO /
cofundador y CEO

hola@ekomodo.eus
T. 943 30 42 42

PORTUETXE 23
EDIFICIO CEMEI - Oficina 302
20009 - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
ekomodo.eus

Gabriela Muñagorri Corporeal Pattern



Gabriela Muñagorri gainazaletarako patroiak diseinatzeko ditu. Diseinatzeko prozesua marrazkietan eta argazkietan oinarritzen da. Hasiera batean, patroiak artisau-tekniken bidez egiten hasi bazen ere, 2010. urteaz geroztik, teknologia digitala erabiltzen du. Diseinu guztiak urtero biltzen dira bezeroaren eskura dagoen artxibategi batean.

Gabriela Muñagorri diseña patrones para superficies. El proceso de diseño se basa en dibujos y fotografías. Comenzó produciendo patrones con técnicas artesanales y desde 2010 los patrones se producen con tecnología digital. Todos los diseños se recopilan anualmente en un archivo que está a disposición del cliente.



checklist

1	4	6	7	8	9	11	12.1	12.2	12.6	12.7	13	14	16

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Estanpazio-patroien diseinuen esklusibitatea.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Estilo eta adin guztietarako diseinatzen dugu. Haien look-a bereizten duten erabilera anitzeko osagarriak bilatzen dituzten pertsonentzat. Kontraste handiko konbinazioak gustatzen zaizkigunez gero, gure bildumek kolore biziko eta tonu leuneko diseinuak izaten dituzte.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Gehienak zetazko oihalak dira, eta, 2016az geroztik, guztiak inprimatze digitaleko teknologiaz inprimatzen dira. 2008an, lehenengo estanpazio-patroiak egin genituenean, horixe zen stock handirik sortu gabe ekoizpen txikiak egiteko teknologia bakarra. Gaur egun, teknologia jasangarri eta garbienteko bat da. Gainera, baliabide natural gutxiago erabiltzen da, eta beste teknologia batzuetan baino kontrolagarriagoa da. Epe ertainean, materialak birziklatuz egindako oihalezko produktuak eskaini nahi ditugu, ingurumenari ahalik eta kalte gutxien egiten dion teknologiarekin.

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

Epe labur eta ertainean, Euskal Herrian eta Estatu osoan presentzia handiagoa izan nahiko genuke, eta Europako merkatura ere zabaltzeko nahiko genuke. Gure diseinuak oso ondo sar daitezke Europako herrialde batzuetan, baita Europaz kanpo ere.

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

La exclusividad de los diseños de patrones de estampados.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Diseñamos para todos los estilos y edades. Para personas que buscan accesorios versátiles y que diferencien su look. Nos gustan las combinaciones contrastadas y por eso nuestras colecciones ofrecen diseños en colores fuertes o tonos suaves.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

La mayoría son telas de seda y desde 2016 se imprimen todas con tecnología de impresión digital. En 2008, cuando hicimos los primeros patrones de estampados, era la única tecnología que permitía realizar producciones pequeñas que no generaban grandes stocks. Hoy en día, esta considerada como una de las tecnologías más sostenibles y limpias. Además, el gasto de recursos naturales es más reducido y controlable que el de otras tecnologías. A medio plazo, queremos ofrecer productos hechos con telas elaboradas por medio del reciclaje de materiales y con tecnología que sea lo menos agresiva con el medio ambiente posible.

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

A corto y a medio plazo, queremos tener más presencia en el País Vasco, a nivel estatal y aspiramos a explorar el mercado europeo. Nuestros diseños pueden encajar muy bien en algunos países europeos, y también fuera de Europa.

Gabriela Muñagorri
Corporeal Pattern



GABRIELA MUÑAGORRI MENDIOLA
sortzailea eta diseinatzailea /
fundadora y diseñadora

estudio@gabrielamunagorri.com
M. 699 79 51 92

MAESTRO GURIDI, 5 - 20008
DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN (GIPUZKOA)
gabrielamunagorri.com

Gabriela_Muñagorri

GIOVANNA
BITTANTE

Giovanna Bittante industriako eta artisautzako bitxigintzan espezializatutako moda-diseinatzailea da. Italian eta Espainian hainbat urtetan esperientzia metatu eta irakaskuntzan aritu ondoren, 2006an bere bitxigintza garaikideko proiektua hasi zuen, eguneroko materialen inguruan ikertuz egile-bitxitan eraldatzeko.

Bere ibilbidean zehar, hainbat arte-erakusketa bienaletan, moda-desfiletan eta ekitalditan hartu du parte, adibidez, Expo 2008an edo Methamorpho-ecomeeting topaketan.

Originaltasuna da bera bereizten duen ezaugarri nagusietako bat. Horri esker, Veneziako Abate Zanetti eskola-galeriarekin "Gioiellodentro" elkartearen saria eskuratu zuen, bitxigintzan azetatoa zilarrekin bezalako materialak erabiltzeagatik.

Giovanna Bittante es diseñadora de moda especializada en joyería industrial y artesanal. Tras varios años de experiencia y docencia en Italia y España, en el 2006 empezó su proyecto de joyería contemporánea, investigando materiales cotidianos para transformarlos en joyas de autor.

Durante su trayectoria, ha tenido la oportunidad de participar en diferentes exposiciones Bienales de arte, desfiles de moda y eventos, entre ellos, la Expo 2008 o Methamorpho-ecomeeting.

La originalidad es uno de sus fuertes lo que le ha llevado a ser Galardonada en "Gioiellodentro" con la escuela-galería Abate Zanetti, de Venecia por el uso de materiales como el acetato con plata en joyería.



checklist	3	4	8	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	16	17
													
													

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Markaren balio bereizgarriak hauek dira: esperientzia, bezeroari ematen diogun zerbitzu pertsonalizatua, berrikuntzen inguruko arreta (joeren, teknologiaren edo fresnen inguruan) eta materialen inguruko etengabeko ikerketa.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Nagusiki 30 eta 65 urte arteko emakumeei; baina joerak etengabe bilatzen ari gaitu, publiko gazteagora zabaltzea gustatuko litzaidake. Gizonen artean ere baditugu bezero batzuk.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen bitxietan?

Urte hauetan hainbat materialekin esperimentatu dut. Izugarri gustatzen zait paperarekin eta plastikoaren deribatuekin lan egitea; material horiek fabrikatzeko onak direla eta, ondorioz, hondakin asko sortzen dutela iruditzen zait; baina buztinez egindako bildumak edo plastikoaren fusioaren deribatuekin sortutako oihalak ere aurki ditzakezue.

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

Jatorri italiarra dudanez, jada Italiako hainbat hiritara heldu naiz, adibidez, Vicenza eta Milanera. Baina haratago joateko asmoa dut eta Espainia osora zabaltzea nahi dut; eta, ahal izanez gero, Europara ere iritsi nahiko nuke. Nire ustez, kultura, artea eta moda kontuan hartuz, herrialde jakin batzuk gure bezero izan daitezke.

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

Los valores que la caracterizan son la experiencia, el servicio personalizado al cliente, la atención sobre las novedades (sea de tendencias, de tecnología o herramientas...) y una continua investigación sobre los materiales.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Principalmente a un público femenino de edad media entre los 30 y los 65 años, pero con la constante búsqueda de tendencias, me gustaría ampliarlo a un público más joven. También tenemos un pequeño nicho de clientela masculina.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras joyas?

A lo largo de los años he experimentado con varios materiales. Me encanta trabajar el papel y los derivados del plástico, materiales que considero de gran fabricación y de consecuencia con mucho desecho, pero también podéis encontrar colecciones hechas con barro y diferentes telas derivadas de la fusión del plástico.

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

Siendo de origen italiana, estoy ya presente en ciudades como Vicenza y Milán, pero mi intención es ir más allá y moverme por todo el territorio Español y si fuera posible, también Europeo. Creo que hay ciertos países, que pueden ser potenciales clientes, por cultura, arte y moda.



GIOVANNA
BITTANTE



GIOVANNA BITTANTE
enpresaria / empresaria
art director

info@giovanbittante.com
M. 627 19 22 88

GARCÍA LORCA PASEALEKUA 2, A BEHEA
20014 - DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
giovanbittante.com

KAFEA eco

KAFEAREN asmoa da hiria deskubritzean gurekin eramateko ezinbesteko piezak eskaintzea. Maitasunez beterik daude, eta tokian tokiko tailerretan moldatzen dira; osagarri hauek diseinu minimalista eta eguneratuko ukitu bat gehitzen diete jutezko zakuei; hondakin horiek ohikoak dira, baina ez oso ezagunak. Zakuok goizero etxeetan eta kafetegietan hartzen den kafea garraiatzeko erabiltzen dira, eta planetako bazter urrunenetatik ekarri dituzte.

Upcyclingaren bitartez eta kalitate handiko larru beganoekin eta jasagarriekin konbinatuz, benetako harribitxiak lortzen dira, urte askotarako bidaide handiak; izan ere, prest dute diseinua iraunkorra eta edozein denboratarako izateko.

KAFEA busca ofrecer piezas que sean compañeras de viaje indispensable para descubrir la ciudad. Llenas de cariño y elaboradas en talleres locales, estos accesorios añaden un toque de diseño minimalista y actual a un residuo tan común y poco conocido como los sacos de yute. Estos se usan para transportar el café que se toma cada mañana en los hogares y cafeterías, y vienen de lugares recónditos del planeta.

A través del upcycling y combinándolo con cueros veganos y sostenibles de alta calidad se obtienen piezas joya que serán grandes compañeras de viaje por muchos años, ya que su diseño está preparado para ser duradero y atemporal.



checklist	1	3	4	5	6	7	8	9	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	16

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Upcycling bitartez, kafearen munduarekin lotura duten materialak berreskuratu eta harribitxi txiki bihurtu nahi ditugu, eta larri beganoarekin apaintzen ditugu, pieza iraunkorragoa, jasagarriagoa eta dotoreagoa izan dadin.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Hauxe gustuko duten emakumeei: hirian abenturak bizitzea, aurkitu berri duten terraza batean kafe bat hartzea edo lagunekin ondo pasatzeko txoko polit bat aurkitzea.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen produktuetan?

Jutezko zaku birziklatuak eta larri beganoz lagunduak, horien erosotasuna areagotzen dutenak, eta diseinu dotore eta fina eskaintzen dutenak.

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

Nazioarteko merkatura zabaltzeko nahiko genuke.

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

Mediante el upcycling, recuperar materiales relacionados con el mundo del café y convertirlos en pequeñas joyas que adornamos con cuero vegano que hace que cada pieza sea más duradera, sostenible y chic.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

A mujeres que les gusta vivir aventuras en la ciudad, tomarse un café en una terraza recién descubierta o encontrar rincón bonito donde pasarlo bien con sus amigas.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestros productos?

Sacos de yute reciclados y acompañados de cueros veganos que aumentan su comodidad y ofrecen un diseño chic y refinado.

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

Nos gustaría expandirnos al mercado nacional.

KAFEA 

**ADRIANA URIBESALGO
GARMENDIA**
zuzendaria / directora

adriana@kafea.eco
T. 943 94 26 24

POL. BULANDEGI BIDEA, 7. NAVE 3
20150 - ADUNA (GIPUZKOA)
www.kafea.eco

KANTAU RI



Poltsa-marka bat da Kantauri, pieza bereziak eta atemporalak 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	1	2	3	5	8	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	12.8	14	15
																
																

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 irimotzea 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.

KANTARI

**ANNE GALARRAGA OTAMENDI**
fundatzailea / fundadorakantauri.comunicación@gmail.com
M. 670 219 508ZARAUTZ (GIPUZKOA)
kantaurishop.com

Koöl

Zerbait desberdina egin nahi zuten Koöl-eko errutinan erabiltzen dituzten osagarriekin; naturala, praktikoa eta minimalista. Horrela jaio zen Koöl, izen eskandinaviarrak eta euskaldunak konbinatuta. Tokikoa den zerbait, eta euren eskuz egina.

Hasiera batean motxila/poltsak egiten zituzten; gero, apain-mahaiko artikulak eta bururako osagarriak; eta, etxerako osagarriak eta zero hondakineko materialak. Azken urtean, eskuoihal berrerabilgarriak egin dituzte. Erabilitako ehunetik sortutako produktu bat, bere zirkulua eta berrerabilera sustatzeko.

Artisauekin eta emakumeekin elkartuz eta lankidetzan arituz Koöl Studio ireki zuten 2020an. Han aurkitu ahal izango dituzu zero waste produktu eta kosmetikatik hasi eta emakume sortzaile eta artisten obretaraino. Guztia, tokikoa eta jasagarria.

Querían hacer algo diferente con los accesorios que usan en la rutina de Koöl; natural, práctico y minimalista. Así nació Koöl, combinando nombres nórdicos y vascos. Algo local y hecho a mano por ellos.

Al inicio hacían mochilas-bolsos; luego, artículos de tocador y accesorios para la cabeza; y, accesorios para el hogar y materiales cero desperdicio. En el último año, han hecho toallitas reutilizables. Un producto creado a partir de tela usada, promoviendo su círculo y reutilización.

Combinando y colaborando con artesanas y mujeres abrieron en 2020 Koöl Studio. Allí encuentras desde productos y cosmética cero waste, a obras de mujeres creadoras y artistas. Todo, local y sostenible.



checklist	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12.1	12.2	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	14	15	16	17
	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Jasangarritasuna prozeduran, % 100 material birziklatuak edo birziklagarriak. Produktu naturalak; kotoia, lihoa edo banbua. Balio-katea ingurumenarentzat eta pertsonentzat positiboa izan dadin saiatzen gara. Minimalismoa. Etengabeko aldaketa eta sorkuntza bizkorra da moda. Gure diseinuak astiroago egiten dira, soiltasuna eta atemporalitatea dira xedeak. Hurbiltasuna. Produktu lokala eta gertukoa. Galeria txikietan eta artisautzako dendetan erosten saiatzen gara. Gure tailerrean burutzen dugu prozesu osoa.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

Zerbaite desberdina eta originala nahi duen jendea, diseinu sinple baina atemporal batekin. Tokiko produktzioa eta ingurumenarekiko kontzientziatua baloratzen duena.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Bildumak naturatik eta jasangarritasunetik abiatuta daude sortuak, material hauekin: kotoia, kotoi organikoa, lihoa, jutea, kalamua, kortxoa eta banbua. Tokiko saltoki txikietan erosten saiatzen gara, eta artisauekin eta artistekin lankidetzan aritzen.

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

Orain arte azoketan parte hartu dugu. Aurten online denda ireki dugu, baita denda propioa ere Lasarten; tokiko emakume sortzaileekin partekatzen dugun denda. Estatuko eta Europako merkatura zabaltzea da gure nahia.

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

Sostenibilidad en el procedimiento, materiales 100% reciclados o reciclables. Productos naturales; algodón, lino o bambú. Tratamos que la cadena de valor sea positiva para el medioambiente y las personas. Minimalismo. La moda es cambio constante y rapidez en la creación. Nuestros diseños se realizan más calmadamente, se busca sencillez y atemporalidad. Proximidad. Producto local y cercano. Intentamos comprar en pequeñas galerías y tiendas de artesanía. Realizamos todo el proceso en nuestro taller.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Gente que busca algo diferente y original, con diseño simple pero atemporal. Valora producción local y concienciado con el medio ambiente.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Las colecciones están creadas desde la naturaleza y sostenibilidad, con materiales como algodón, algodón orgánico, lino, yute, cáñamo, corcho y bambú. Tratamos de comprar en pequeños comercios locales y colaborar con artesanos y artistas.

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

Hasta ahora hemos participado en ferias. Este año hemos abierto tienda online y tienda propia en Lasarte; que compartimos con mujeres creadoras locales. Queremos abrirnos al mercado estatal y europeo.

Koöl



KARMELE SALSAMENDI
diseinatzailea / diseñadora

info@koolstudio.es
M. 600 35 28 71

BLAS DE LEZO 9, BAJO. LOCAL 1
20160 - LASARTE (GIPUZKOA)
www.koolstudio.es

@kool_studio

M o C l a n

Bizi-estilo jasangarriaren eta ingurumenarekiko errespetuaren arrastoari jarraituz sortu zen MoClan 2021ean, Silvia Fernández fundatzaileak luxuzko poltsa-marka bat sortzeko nahi biziari erantzuteko, bilduma atemporalekin, materialen kontsumoa murriztuz eta sofisticazioa, naturaltasuna eta dotorezia gehituko dituzten material alternatiboak erabiliz; eta horrela ekonomia zirkularra bultzatu ahal izateko.

MoClan, ez da poltsa-marka bat bakarrik, paradigma berri bat da, ekonomia, gizartea, klima-aldaketa eta mundua ulertzeko modua errespetatzen dituen. Sortzailearentzat haxe da luxu berria, diseinuarekin eta dotoreziarekin sortutako jasangarritasuna.

Siguiendo la estela del estilo de vida sostenible y respeto al medio ambiente nace MoClan, en 2021, como respuesta a la fuerte necesidad de su fundadora, Silvia Fernández, por crear una marca de bolsos de lujo con colecciones atemporales, reduciendo el consumo de materiales y usando materiales alternativos que aporten sofisticación, naturalidad y elegancia; para así poder propiciar una economía circular.

MoClan, no es solo una marca de bolsos, es un nuevo paradigma con respeto a la economía, la sociedad, el cambio climático y la manera de entender el mundo. Para su creadora, el nuevo lujo es la sostenibilidad creado con diseño y elegancia.



M Abreu
Fotógrafo

checklist	1	3	4	5	7	8	9	10	12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.8	13	14	15	16	17

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Jasangarritasunak, kontzientziak eta eskusibotasunak definitzen gaituzte. MOCLANen "eskuz eginaren" aldeko apustua egiten dugu, produkzio txikiak eta tokikoak, pieza berdingabeak eta artisautzakoak, artelantzat hartuak izan daitezzen. "Cruelty free" bidea da gurea, uste baitugu moda egin daitekeela eta "luxu" terminoa erabili, animaliei tratu txarrik eman gabe.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

"Hand Made with love" horren garrantzia balioesten duten emakumeak eta gizonak, fashionistak direnak eta bizitza osorako izango diren poltsetan inbertitzearen aldeko apustu egiten dutenak, eta joerak jarraitzea gustuko dutenak. Nahierara bizitzeko pertsonok dugun botere hori islatzen du MOCLANek.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Gure proposamena sofisticazioa, naturaltasuna eta dotorezia gehitzen duten material alternatiboen erabilera oinarritzen da, betiere animaliak errespetatuz. Gure poltsak neopreno birziklatuarekin eta material beganoekin eginak daude; hornitzaileengandik datozen lehengaiak dira, guztiak ziurtatuak.

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

Hasiak gara ekintza komertzialetan Frantzia eta Portugalen. Baita Txilen ere, bertan Latinoamerikarako plataforma bat sortzeko.

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

Nos define la sostenibilidad, la conciencia y la exclusividad. En MOCLAN apostamos por lo "hecho a mano", las producciones pequeñas y locales; piezas únicas y artesanales para ser tratadas como obras de arte. Tenemos una orientación "cruelty free", ya que pensamos que se puede hacer moda y usar el término "lujo" sin maltrato animal.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Mujeres y hombres que valoren la importancia del "Hand Made with love", que sean fashionistas y apuesten por invertir en bolsos que van a ser para toda la vida, y que les guste seguir las tendencias. MOCLAN representa el poder que hay dentro de las personas para vivir como se quiera.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Nuestra propuesta está basada en el uso de materiales alternativos que aporten sofisticación, naturalidad y elegancia, siendo respetuosos con los animales. Nuestros bolsos están hechos con neopreno reciclado y materiales veganos; materias primas que proceden de proveedores, todos ellos certificados.

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

Estamos iniciando acciones comerciales en Francia y Portugal. Y también en Chile, creando allí una plataforma para Latinoamérica.

M o C l a n



SILVIA FERNÁNDEZ MOCLÁN
fundatzailea / fundadora

moclan.es@gmail.com
M. 688 750 728

AVDA. DE MADRID 13, 9-G
20011 - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)

@moclan.es

Nollevotacones

Nollevotacones bitxigintza-marka jasangarri bat da, Donostiakoa. Landare-jatorriko belarritakoak dira, Ane Oliveira diseinatzailearen marrazki minimalistetan oinarrituak. Unisex diseinuagatik bereizten dira, oso koloretsuak, eta helburu bakar bat dute: belarriak alaitzea.

Nollevotacones es una marca donostiarra de joyería sostenible. Son pendientes de origen vegetal basados en dibujos minimalistas de la diseñadora Ane Oliveira, que se caracterizan por ser diseños unisex con mucho color, con un único fin, alegrar las orejas.



checklist	1	2	3	5	8	12.1	12.2	12.4	12.6	12.7	12.8	13	14	15	16	17

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Askatasuna eta mugimendua.

Zein publiko motari zuzenduta zaudete?

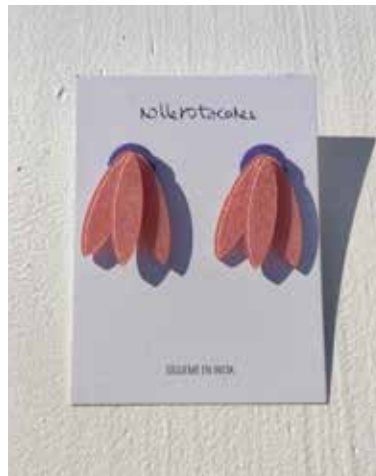
Era guztietako publikoa, adina eta generoa alde batera utzita.

Zein motatako materialak aurki ditzakegu zuen arropetan?

Zelulosa-azetatoa, landare-jatorrikoa eta hipoalergenikoa.

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

Mundua.

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

Libertad y movimiento.

¿A qué tipo de público estáis orientados?

Todo tipo de público, libre de edad y género.

¿Qué tipo de materiales podemos encontrar en vuestras prendas?

Acetato de celulosa, de origen vegetal e hipoalergénicas.

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

El mundo.

nollerotacones



ANE OLIVEIRA
canesú-ko bazkidea /
socio de canesú

canesudonostia@gmail.com
M 679 29 82 66

USANDIZAGA 21
20002 - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)

sindesperdicio.

SINdesperdicio "bizitzaren filosofia" bat bezala definitzen da berez. Izaera soziala duen marka bat da, Emaüs 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 eksklusibotasun-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 Emaüs 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

1	2	3	5	6	7	8	9	10	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	12.8	13	15	16	17

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 lankidetzeta 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, eksklusiboa 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-uhak, 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.**JAVIER PRADINI OLAZABAL**

Emaús Gizarte Fundazioko Zuzendari Nagusia / Director General de Emaús Fundación Social

JENNIFER FERNÁNDEZ

arduraduna / responsable

sindesperdicio@emaus.com
M. 689 56 38 42

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 asmozat. Modako osagarriak sortzen dituzte egoera ahulean dauden **emakumeak babestuz**, autonomia eta autosufizientzia irabaz ditzaten prestakuntza- eta enplegu-gune bat haiei eskaintzearen. Gainera, **produktua gizatiartzea eta pertsonak konektatzea** da beren xedea. Sorkuntza-lan bakoitzaren atzetik dagoen pertsonari aurpegia eta historia ipinita eta kontsumitzaileari aukera emanez elkarriketa 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 laborales 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	1	3	4	5	6	8	10	11	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	12.8	14	15	16	17

Zein dira zuen markaren balio bereizgarriak?

Garapena (komunitateen independentzia eta garapena bilatzea), **gardentasuna** (prozesuan eta inplikaturako pertsonengan, produktuaren balio-katea, materialak eta kostuak ezagutzea), **personak** (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 eginak).

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



Berrikuntza
Profesionalen Eskola
Escuela de Innovación
Profesional

Patroigintzako eta Joskintza Prozesu Industrialetako Zikloak barneratu zituenetik (2000), AEG hazi egin da GOI-MAILAKO MODA-PRESTAKUNTZAN, PATROIGINTZA ETA MODA, eta JANTZIAK NEURRIRA ETA IKUSKIZUNETARAKOAK Goi-mailako Graduko Zikloekin.

2030era begira, Espezializazio Profesionalaren alde egiten dute apustu, GJHen aukerak aprobetxatzeko, Sektore Jasangarriaren Balio Kateko faseren bat berreskuratzeko premia antzematen den inguru batean. Sektorea berrikuntzarekin dinamizatu nahi da, teknologia berriei bat etorri. Jasangarritasuna eta berrikuntza atxikita daude bere balioetan. Bere eginkizuna, profesionalak bultzatzea trebetasun hauekin: kudeaketa etikoa, komunikazio gardena eta produkzio jasangarria.

Desde la incorporación de los Ciclos de Patronaje y Procesos de Confección Industrial (2000), AEG ha crecido en FORMACIÓN SUPERIOR EN MODA, con los Ciclos de Grado Superior de PATRONAJE y MODA, y VESTUARIO A MEDIDA Y DE ESPECTÁCULOS.

Con una visión a 2030, apuestan por la Especialización Profesional para aprovechar las oportunidades de los ODS, en un marco donde asoma la necesaria recuperación de alguna fase de la Cadena de Valor del Sector Sostenible. Se busca dinamizar el sector con innovación acorde a las nuevas tecnologías. Sostenibilidad e innovación van intrínsecas en sus valores. Su misión, lanzar profesionales con habilidades en gestión ética, comunicación transparente y producción sostenible.



Zer ekarpen egin diezaioke eskolak moda jasangarriari?

Esperientzia eta ezagutzaren transferentzia, lan-aukerak berekin dakartzatenak.

Zein da zuen eskaintza sektorearen eskariak betetzeko?

Goi-mailako zikloetan jasangarritasuna landu eta balioesten da. Profil konbentzionalak eskatzen dira, baina beste batzuei erantzuten hasiak gara, non pisu handiagoa duten teknologia berriek.

Aritu zarete moda jasangarriko proiekturen batean lankidetzan?

Lankidetzan ari garen proiektuen artean Upcycling da bat. 3D aplikazioaren ikerketan, ehungintzako low cost makineriaren bidez, teknologiako eta prestakuntzako zentroekin, enprekin eta diseinatzaileekin gaude harremanetan.

Zenbateraino dituzte barneratuta material birziklatuak etorkizuneko profesionalak?

Konpromiso handiagoa dago, baina baliteke denbora eman behar izatea irtenbide arduratsuagoak eta berritzaileagoak asmatzeko. Sektorea konektatu eta elkarrizketarekin erraztuko duten eragileak behar dituzte.

Garrantzitsua da material horien erabilera eskolatik sustatzea?

Funtsezkoa. Horretara bideratu behar dira. Ehun jasangarrien hornitzaileekin konektatzen laguntzen dugu.

Zuen plana etorkizunerako?

Ikertzen eta egokitzen jarraitzea. Gakoa: berrikuntza eta jasangarritasuna.

Etorkizuneko zein erronka izango ditu aurrean moda jasangarriak?

Bereiztea, pertsonalizazioa eta kalitatea. Fast fashion-ek balioa kendu dio jantzien balio-katearen atzean dagoen lanari. Balioan jarri behar dugu.



¿Qué puede aportar la escuela a la moda sostenible?

Experiencia y transferencia de conocimiento, que conlleva crear oportunidades laborales.

¿Qué oferta tenéis para cubrir las demandas del sector?

En ciclos de grado superior, se trabaja y valora la sostenibilidad. Se demandan perfiles convencionales, pero empezamos a dar respuesta a otros, donde las nuevas tecnologías tienen más peso.

¿Habéis colaborado en algún proyecto de moda sostenible?

Estamos en proyectos como Upcycling. En investigación de aplicación 3D, a través de maquinaria low cost en el ámbito textil, conectamos con centros tecnológicos y formativos, empresas y diseñadores.

¿Qué penetración tienen los materiales reciclados en los futuros profesionales?

Hay más compromiso, pero puede costar 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. Hay que orientarlos hacia ello. Ayudamos a conectar con proveedores de tejidos sostenibles.

¿Qué planes de futuro tenéis?

Continuar investigando y adaptarnos. La clave; innovación y sostenibilidad.

¿A qué retos de futuro se enfrenta la moda sostenible?

Diferenciación, personalización y calidad. El fast fashion ha devaluado el trabajo que hay tras la cadena de valor de la ropa. Debemos ponerlo en valor.



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-
arloan / área formación textil

PATRICIA ECHEVARRÍA
Ehungintzako proiektu
jasangarriak / proyectos
textiles sostenibles

BALAB Factory

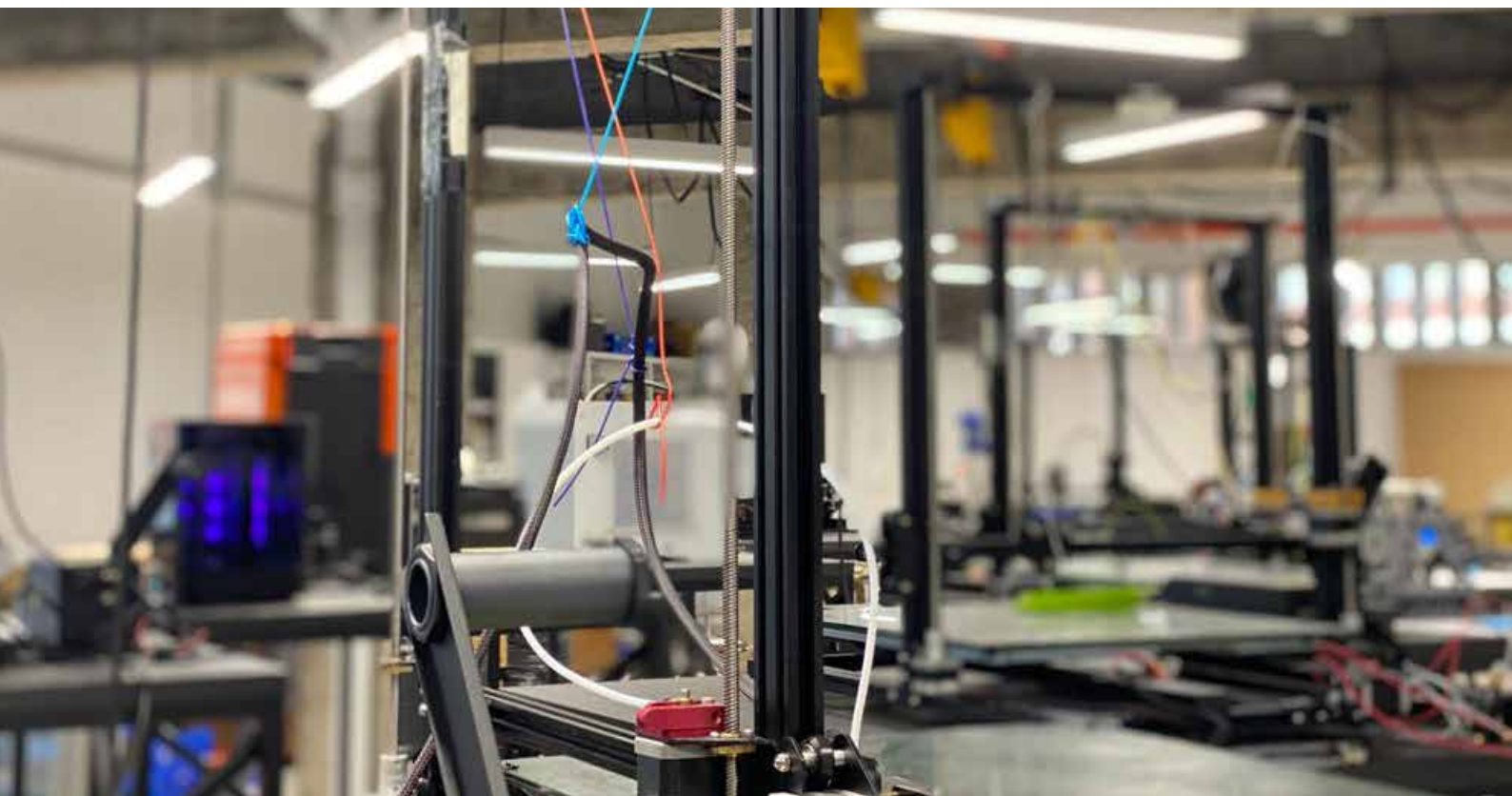
Berrikuntza Aplikatuen Laborategia
3D Ehungintza Jasangarria

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 ezkerro, 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 nasce 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.



checklist	1	3	4	5	6	7	8	9	10	12.1	12.2	12.3	12.4	12.6	12.7	12.8	13	15	16	17

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, ekintzailtza 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 bihurtu al daiteke?

Jakina, baditugu talentua, motibazioa, baliabideak eta teknologia.

Nola definitzen duzue moda jasangarriaren egoera Gipuzkoan?

Askok aurreratu dugu, eta gero eta konektatuagoak gaude.

Zer erronkari egin behar dio aurre moda jasangarriak?

Herritarrak tokiko kontsumoaz eta kontsumo arduratsuaz kontzientziaztea.

**¿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/SAN SEBASTIÁN
(GIPUZKOA)
balabfactory.com

B

CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOA

Cristóbal Balenciaga Museoa modako sortzaile bati dedikatutako lehen zentroa da, hura iraunkorki omentzen duen bakarra; Balenciaga betiko jostun garrantzitsua da, nazioartean aitortutako pertsonaia.

Museoak Balenciagaren bizitza eta lana ematen ditu ezagutzera, moda eta diseinuaren historian izan duen garrantzia, eta bere legatuaren garaikidetasuna; 5.500 erreferentziatako bilduma bakarra biltzen du, eta 6.000 m²-ko instalazioak, haren legatua kontserbatu, ikertu eta zabaltzera bideratuak.

Bere programen artean, heziketakoa nabarmendu behar da, kontzientzia eta sentsibilizazioa areagotzeko bitarteko bat; aldi berean, Balenciagaren ezagutza, teknika eta ezagutza helarazten da. Programa honek sentsibilizazioa eta aktibismoa nabarmentzen ditu, proposamen praktikoen bitartez, Balenciaga erreferentzetat hartuz, kultura materialaren eta jasangarritasunaren kontzeptuak uztartzeko. Sektorea teknifikatzeko, Museoak ekarpenak nazioarteko ikuspegi batetik egiteari irekita dago, egungo praktika onenen eta Balenciagaren legatua diren teknika tradizioaletan oinarritutako ezagutza transferituz.

El Museo Cristóbal Balenciaga es el primer centro dedicado a un creador de moda y el único que de forma permanente rinde homenaje al modisto más importante de los tiempos, una figura reconocida internacionalmente.

Para dar a conocer la vida y obra de Balenciaga, su relevancia en la historia de la moda y el diseño, y la contemporaneidad de su legado, el Museo atesora una colección única de 5.500 referencias, y unas instalaciones de 6.000 m² dedicadas a la conservación, investigación y difusión del legado.

Entre sus programas, destaca el educativo, un importante instrumento para incrementar la consciencia y sensibilizar, a la vez que transmite el conocimiento, técnica y valores que caracterizaron a Balenciaga. Este programa incide en la sensibilización y activismo con propuestas prácticas, con Balenciaga como referente, para aunar los conceptos de cultura material y sostenibilidad. Para la tecnificación del sector, el museo está abierto a contribuir desde una perspectiva internacional, transfiriendo conocimiento desde las mejores prácticas actuales hasta las técnicas tradicionales inscritas en el legado Balenciaga.



checklist	5	7	8	9	10	11	12.2	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	13	14	16	17
	=	🏭	📄	💡	👥	🔔	🔧	🌍	📁	👕	♻️	💡	🧰	CO ₂	🌊	🔍	🤝
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

Zein rol uste duzu jokatzeko duela moda jasangarriak ingurumena babesten?

Modak berrikusi beharreko ingurumen-arloko kanpo-ondorioak eragiten ditu. Industria kutsagarrienetako bat da, faktore hauek bultzaturik: fabrikazio merkea eta azpikontratatua, maiztasuneko kontsumoa eta arroparen erabilera-iraupen laburra. Naturaren mugekin bat datozen praktikez jabetzea betebeharrak bat da, eztabaidak piztu behar dituenak, eta zeharkako jarrerak eta ohiturak bultzatu.

Zer eman diezaioke Museoak moda jasangarriari?

Arduratsua eta jasangarria den moda-sorrera eta kontsumoa ikusarazten eta sentsibilizazio handiagoa sortzen lagundu dezakegu, sektoreari ezagutza eta tresnak emanez, eta herritarrei informazioa eta heziketa.

Zein plan dituzte Museoak etorkizunerako?

Egungo programa hazten jartzea eta bere hartzaille objektiboak osatzea, ikasleek adinarekin bat datozen edukiak, ezagutzak, gaitasunak eta pedagogiak dituzten hezkuntza maila guztiak gehituz. Proposamen integral bat da; bertan modako jasangarritasuna curriculumean garatzen da, eta pixkanaka aktibismoa pasatzeko modua ematen du, GJH Garapen Jasangarriko Helburuak eta Agenda 2030eko helburuak bere egingo dituen programa teoriko-praktiko baten bidez.

**¿Qué papel consideras que la moda sostenible juega en la protección del medio ambiente?**

La moda crea externalidades medioambientales a revisar. Es de las industrias más contaminantes, impulsada por la fabricación barata y deslocalizada; consumo frecuente y vida de uso corta de la ropa. La concienciación de prácticas acordes a los límites de la naturaleza es una obligación que debe abrir debates e impulsar actitudes y hábitos transversales.

¿Qué puede aportar el museo a la moda sostenible?

Podemos ayudar a visibilizar y generar mayor sensibilización hacia un consumo y creación de moda de forma responsable y sostenible; aportando conocimiento y herramientas al sector; e información y educación a la ciudadanía.

¿Qué planes de futuro tiene el museo en este sentido?

Hacer crecer el programa actual y completar su público objetivo incorporando todos los niveles educativos con contenidos adecuados a la edad, conocimientos, habilidades y, pedagogía del alumnado. Una propuesta integral donde la sostenibilidad en moda sea de desarrollo curricular y permita pasar gradualmente al activismo, con un programa teórico-práctico que hará propios los ODS e implementación de la Agenda 2030.



Green Fashion

GIPUZKOA KLUSTERRA

GIPUZKOAKO MODA IRAUNKORREKO KLUSTERRA
CLÚSTER GUIPUZCOANO DE MODA SOSTENIBLE

**Gipuzkoako
Foru Aldundia**
Jasangarritasun
Departamentua



**Diputación Foral
de Gipuzkoa**
Departamento de
Sostenibilidad

**GK Green Fashion modaren klusterreko 41 enpresa,
garapen jasangarriaren helburuak betetzen**

**41 empresas del clúster de la moda GK Green Fashion,
cumpliendo con los objetivos de desarrollo sostenible**



**Gipuzkoako
Foru Aldundia**
Jasangarritasun
Departamentua



**Diputación Foral
de Gipuzkoa**
Departamento de
Sostenibilidad

gipuzkoaingurumena.eus