

Jornada RevESStim el Tèxtil

Activem la xarxa i fem sector

La Jornada “RevESStim el Tèxtil. Activem la xarxa i fem sector” va tenir lloc el passat 5 de març a la Lleialtat Santsenca de Barcelona.

La Jornada fou organitzada per Barcelona Activa i el Comissionat d’Economia Social Desenvolupament Local i Consum amb el suport de la Cooperativa Etcèteres.

La relatoria ha estat elaborada de forma col·laborativa per diverses persones de Barcelona Activa i de la Cooperativa Etcèteres. El text s’ha elaborat amb la intenció de recollir una síntesi dels continguts tractats i no es recullen les intervencions de forma textual.

ÍNDEX

1 Dades de participació.....	1
2 Presentació.....	1 - 2
3 Taula rodona.....	2 - 9
4 Racons per filar.....	9 - 22
5 Tancament.....	22 - 23

1. DADES DE PARTICIPACIÓ

L’assistència a la jornada ha estat de gairebé 90 persones (un 93% de dones i un 7% d’homes).

La majoria d’aquestes són emprenedores del sector tèxtil o de la moda amb diferents experiències, nivells d’estudis acadèmics i consolidació dels seus projectes.

2. PRESENTACIÓ

Begoña Planas i Elisenda Vegué
Direcció Operativa d’Innovació Socioeconòmica. Barcelona Activa.
Ajuntament de Barcelona.

L’Elisenda Vegué, com a responsable de la Direcció Operativa va donar la benvinguda a totes les persones assistents i va compartir la satisfacció i l’alegria que suposava la bona rebuda de la jornada per a les organitzadores.

També va aprofitar per a donar agraïments especials al Grup Motor del Tèxtil, especialment a l’Associació Moda Sostenible, a la cooperativa Etcèteres i a la cooperativa Fasolà, i a totes les persones ponents i iniciatives que hi participen, pel suport en l’organització d’aquesta jornada.

Aquesta jornada va formar part de l’aposta del Comissionat d’Economia Social Desenvolupament Local i Consum i de la Direcció Operativa



d'Innovació Socioeconòmica de Barcelona Activa per **la promoció del tèxtil sostenible en l'àmbit social, ambiental i de model de governança.**

Aquest impuls ha tingut en la seva arrel la detecció de multitud de projectes i iniciatives emergents en aquest sector, en el marc de les diverses actuacions desenvolupades als barris i districtes, i també dels serveis i activitats d'enfortiment socioempresarial desplegades per la Direcció Operativa d'Innovació Socioeconòmica de Barcelona Activa.

Tenint en compte això, durant l'any 2018, i de la mà de SETEM es va realitzar una exploració per conèixer la situació del sector tèxtil amb mirada d'Economia Social i Solidària a la ciutat de Barcelona, tot detectant possibles reptes i oportunitats de sector per a ser abordades tant des de l'administració pública com des del mateix sector.

A partir de les propostes recollides l'exploració, es va desplegar el programa "RevESStim el tèxtil" que contemplava una sèrie d'accions s'han executat durant el darrer semestre de 2019, i que van incloure:

- > El treball d'enfortiment i enxarxament dels grups de costura de **caràcter comunitari**, en què s'ha acompanyat fins a 20 grups de dones costureres agrupades en la xarxa de costura comunitària, de la mà de la cooperativa Etcèteres, i que han estat guanyadores del premi Maria Aurèlia Capmany, el passat dissabte 7 de març.
- > El desplegament d'una **formació modular per projectes i iniciatives** en gestió empresarial, màrqueting i comunicació i model de negoci, que ha contemplat també tutories i assessoraments personalitzats.

- > **El mapatge de centres formatius i formacions existents a Catalunya així com d'espais específics pel sector tèxtil.**
- > **La participació en el grup motor del tèxtil.**
- > **El Col·laboratori III** dedicat a l'anàlisi i reflexió sobre l'impuls dels projectes tèxtils de diversa naturalesa.

Per acabar, la Begoña explicà que, a través d'aquestes accions es van detectar diverses necessitats expressades per les iniciatives, i una de les més recurrents apuntava cap a la necessitat d'espais de trobada, *networking* i reconeixement mutu, fet que va portar a fer la Jornada.

"La gran acollida de la jornada ens ha demostrat aquesta necessitat i ens confirma que cal continuar treballant en aquesta línia i aquesta és la nostra voluntat", va concloure.



3. TAULA RODONA

Tendències i reptes per a la innovació i la sostenibilitat del sector tèxtil.



Juanjo Martínez.
Responsable de Comerç Just d'Oxfam Intermón.
President de l'Organització Mundial del Comerç Just a Europa.

En Juanjo Martínez va iniciar la seva presentació parlant de la preocupació sobre qui ha fet les nostres peces de roba. **“D'on ve la nostra roba?”** preguntava al públic. Les grans empreses tenen moltes dificultats per saber qui ha fet la roba de la seva pròpia marca. El sector tèxtil és un dels que més explotació laboral presenta, sobretot al Sud-est Asiàtic. La indústria de l'Amèrica llatina i l'Àfrica han quedat arrasades per la roba que produeix l'Àsia.

L'explotació laboral del sector està concentrada a Àsia. El cas del sector tèxtil és molt important en la transformació cap a noves formes de producció, pel número de persones implicades: al voltant 600 milions de persones al món produeixen la roba que ens vesteix. Les grans empreses de la moda tenen rendes anuals de 3 bilions d'euros. El tèxtil, a diferència d'altres sectors econòmics és un sector que requereix molta mà d'obra.

Per tant, és un sector que cal promoure per a afavorir que la gent es guanyi la vida dignament. L'Índia és el país que més produeix en el sector tèxtil i a la vegada és un dels països més pobres del món. **El sector tèxtil té un fort impacte sobre les persones que estan produint la nostra roba i sobre les persones que estan conreant el cotó.**

Cal més consciència i preocupació des de la demanda. La responsabilitat també és de les consumidores. Molta gent podria viure dignament del tèxtil, particularment al Sud-est Asiàtic. El model de comerç està actualitzant-se i està implementant-se també en països del nord. Des d'Oxfam Intermón, remarquem la importància d'adaptar-se a la realitat i d'aportar-hi per a canviar-la. La nostra idea es seguir acompanyant l'economia social i solidària i treballar en la importància de les implicacions internacionals del sector.

“El comerç just té un doble impacte: un impacte directe, ja que milers de persones treballadores accedeixen a mitjans de vida sostenibles i milers de persones consumidores demostren el seu compromís i responsabilitat; i un impacte indirecte, ja que es milloren les condicions de treball de milions de persones que treballen en la cadena d'aprovisionament convencional per la demanda creixent cap a aquests productes”



Diana Cayuela.

Professora Agregada, Subdirectora de l'Institut d'Investigació Tèxtil i Cooperació Industrial de Terrassa (INTEXTER).
Universitat Politècnica de Catalunya · BarcelonaTech (UPC)

La Diana Cayuela va començar la ponència plantejant la necessitat d'**analitzar el tema de generació de matèria primera**. El cotó implica una despesa d'aigua molt elevada i genera molta contaminació pels productes químics que cal aplicar-li. Fins ara la solució ha estat augmentar l'ús del polièster, però a la vegada es vol eliminar aquesta matèria. Com farem per eliminar les fibres sintètiques?

D'aquí la importància de la investigació en materials tèxtils. En un dels projectes que es porten des de la Universitat s'analitza la producció de matèria primera a partir del cànem (*cañamo*). Amb aquestes investigacions es busca l'aplicació al tèxtil d'altres fibres naturals. Ara es recupera en molts països la producció de cànem, eliminant l'aspresa i filant-lo com a cotó, evitant comprar més maquinària i generant un producte més suau. S'espera poder substituir un 25% del cotó de texans del món per cànem, per fer front a la falta de cotó i per a reduir la producció de polièster. El futur és barrejar les noves fibres amb cotó.

Un altre tema és **el reciclatge**. A partir del 2025 serà obligatori el reciclatge. Un dels usos que té aquesta roba reciclada és l'exportació a l'Àfrica, però en poc temps estarà prohibida. Llavors sorgeix la pregunta, que farem amb tota la roba que ja no fem servir?

Un altre projecte en què **s'està treballant és la reducció del transport de productes tèxtils comprats per internet**. El client quan fa una comanda, demana tres talles diferents alhora. Això genera un nivell de despeses

molt altes per l'empresa i un elevat impacte medi ambiental. És per això que s'està desenvolupant una aplicació perquè el client es pugui veure les talles en la pantalla amb la seva figura i reduir, així les compres "extres".

Un altre projecte de l'Institut està enfocat en el tema del color. És un projecte **que busca reutilitzar les aigües contaminades per colorants de producció tèxtil fent circuits tancats**.

"La sostenibilitat és una lluita d'una minoria. El volum és molt baix perquè no hi ha cultura ni viabilitat. Cal reeducar la societat al fet que no cal la *fast fashion*, la roba ha de ser durable".



Noelia Montero.
Creadora i dissenyadora de Miu Sutin Ecofashion.
Sòcia de Moda Sostenible Barcelona

La Noelia Montero va centrar la seva ponència en les reflexions extretes de la seva pròpia vivència com a creadora. **La seva reflexió va iniciar-se parlant sobre la manca de traçabilitat i transparència de la indústria tèxtil així com del desconeixement dels efectes sobre l'àmbit social i sanitari.** L'impacte ambiental i social que genera la producció tèxtil per ella ha estat un punt clau per plantejar-se la seva feina a les grans multinacionals. Els efectes nocius en la salut i la manca de transparència en els processos, també són dos aspectes ha pogut comprovar. Per exemple, a partir de fer alguns tests de productes que estan a la venda, ha detectat que determinats productes estan per sobre del nivell que exigeix la UE per contenir productes cancerígens. En anar descobrint tots aspectes amagats de la indústria, va prendre la iniciativa de generar un producte de manera totalment neta.

Actualment estem vivint una emergència de nous models de negoci i de línies sostenibles marques reconegudes. Hi ha moltes marques que estan generant iniciatives emergents de moda eco. També ens trobem cada cop més marques independents, marques més grans i en l'àmbit acadèmic, també està formant part de l'oferta educativa de les universitats. A escala de sector, i en la seva pròpia marca, està havent-hi una nova transformació en quant a negoci: el lloguer de roba.

Calen valors ecològics i ètics. És un sector en constant transformació i que cal investigar de manera continuada. És un esforç continu estar pendent dels diferents moments del procés i de què tot es faci seguint

aquests criteris ètics i sostenibles. Això també genera una relació constant de confiança amb el client.

La cadena de valor de la marca, és una constant evolució. Pela que fa al disseny, a la Noelia, li faltaria crear el patronatge *zero waste*. Va explicar que treballa amb teles de comerç just i ecològiques. És un punt positiu però no perquè una tela és ecològica té una qualitat que a tu com dissenyadora et vagi bé. Entre els proveïdors de comerç just, aconsegueix la seda de Cambodja, d'una ONG que aposta per al comerç just i pel benestar de les persones treballadores.

En el que s'està centrant i és important per la Noelia, va explicar que és tenir un model de negoci es basi en l'**economia circular**. Però a la vegada ha de ser un projecte econòmicament sostenible. És per això que té un servei de reparació de peces de roba i de venda de segona mà i recolza projectes que estan en marxa i que promouen el lloguer de roba.

“Treballo amb marques i projectes dels quals conec la història que hi ha darrere”.



Reflexions i preguntes de la moderació als ponents

Eba Inda.
Moderadora.
Cooperativa Fasolà

¿Quina és la vostra visió del sector actualment?

La demanda està molt influïda per les modes, són molt passatgeres i molt locals. És un sector on **la dificultat de connectar l'oferta i la demanda genera sobreproducció**, i això és un problema ambiental i per tothom. Perquè fa que els preus baixin molt i perdem viabilitat econòmica dels projectes. Al tèxtil aquest és un factor intrínsec. La solució seria poder fer servir roba de segona mà, llogada o treure la necessitat de canviar cada 15 dies.

Aquí no tenim problema de sobreproducció (a Catalunya). Si no que s'han quedat els productors de dissenys exclusius. Però el fet és que com que en algun moment els recursos de la matèria primera s'esgotaran, això planteja un problema. La sostenibilitat no és un tema nou, fa 25 anys que s'està parlant a la universitat, però la pregunta és quantes empreses de moda sostenible estan venent a la ciutat. **El problema és que la gent va a comprar el producte més barat**. El sector està avançant però fa por el que pugui passar en uns anys.

És insostenible continuar així. La informació la tenen els consumidors però hi ha una reticència i una lentitud en els canvis d'hàbits. Sí que hi ha evolució, com per exemple aplicacions que li donen una nota al procés productiu del projecte. No hi ha marxa enrere i les empreses que tothom

coneix és molt difícil que canviï, perquè treballem amb un marge molt baix i amb una venda molt massiva. També cal tenir una actitud crítica envers el consum i una necessitat d'informar a la ciutadania per deixar la llibertat de consum.

¿Quins creieu que són els reptes que s'han d'assumir més urgentment?

Estudiar matèries primeres sostenibles i vies de reciclatge. No tenim matèries primeres. El que hem de fer és no malgastar el petroli. Cal també millorar l'educació, perquè ara infrautilitzem la roba.

Més responsabilitat com consumidors o consumidoros. Reduir el consum de *fast fashion*.

El poder de les institucions per poder generar un canvi en la comercialització del producte i millorar les condicions de venda.

¿Quines sinergies serien més productives?

Poder integrar tots els agents que actuen en el procés productiu.

La roba que fem des de l'Economia Social, és important que sigui de qualitat, vol dir ben feta, perquè tingui una bona duració en el temps. Perquè si no podem competir en preu, podem oferir una bona competència de qualitat.

¿La innovació, com la implementeu a la vostra organització? ¿Quin és el proper pas que voleu seguir?

Pel que fa a la recuperació de teles de segon ús tenim un problema en el reciclat, perquè **determinar el material del qual està fet la roba és molt**



diffícil. Normalment la roba perd la seva etiqueta quan el client la rep. **Una de les coses que necessitem és innovar amb el tema de l'etiquetatge** per poder innovar amb el reciclatge. Abans el tipus de teixits que les persones vestíem marcava la condició de classe i no hem de tornar aquell punt.

Des del punt de vista social. Aquest fil de color gris està fet de reciclatge de post consum. Des de el punt de vista social, **la por que em genera és que en un futur la gent pobra anirà amb roba d'uns colors determinats i la gent rica tindrà roba de colors més vius.** A no ser que comencem a innovar amb el tema del color i des del disseny inicial de la roba.

¿Quines són les eines per poder generar un canvi?

Educar i fer servir més temps la roba. Amb l'exemple i amb la pedagogia, hem d'informar i donar exemple. Ara mateix hi ha una forta tendència a comprar constantment i la idea és marcar tendència cap a reduir el consum. La roba, del *fast fashion*, està feta per durar tres rentades.

Preguntes i reflexions amb el públic



¿Com anirem vestits en un futur? Quins són els nous materials?

Hi ha molta gana de nous materials. La indústria de la moda està en un moment baix, del que sembla l'administració pública no és conscient i **cal que es comenci a parlar a les escoles del problema que està arribant.** I després, aquesta gran magnitud del problema serà molt difícil d'afrontar per part del sector empresarial.

És bàsic l'*ecodisseny*. De fet s'està treballant com repensar les cremalleres per poder reciclar-les.

¿Què està passant amb la llana?

A Espanya no queden empreses que pugui rentar la llana. És una indústria molt contaminant. Falta que algú pugui rentar les llanes. Alguns processos de rentades s'estan fent amb dissolvents orgànics, però cal veure la sostenibilitat econòmica d'aquest tipus de procediment.

Hi ha un projecte de Catalunya que es diu Xisqueta, que es van trobar amb la mateixa dificultat i fan la rentada a França.

¿Què passa amb el plàstic en el tèxtil?

El polièster reciclat així i tot continua contaminant l'aigua. El polièster que es recicla és el de les ampolles. Posem sobre la taula el tema del rentat com a consumidors finals.

¿Com fer servir teixits més *eco* en el sector de la moda de bany?

El problema de les fibres del polièster és on van al final del seu ús. Cal analitzar quin és el seu destí final.

No només és la sostenibilitat des de diferents parts. **El problema està en quin ús fem de les coses.**

En el tema de la producció es planteja un dilema. Com a consumidors estem educats a consumir. Però les empreses també estan buscant noves vies. **Les empreses d'alguna forma "no ens deixaran que deixem de consumir menys"** Perquè com empresària tu necessites tenir uns beneficis.

Les grans empreses ja estan totes juntes treballant per trobar solucions, perquè és una tendència que ha vingut per quedar-se, però potser aquesta resposta és massa lenta o arriba molt tard. Però el poder també el tenim els consumidors. Però no són només les empreses qui tenen la capacitat de canviar.

El tema del preu és clau. Perquè no incorpora alguns costos "externalitats" que es generen quan es desenvolupa el procés productiu. Així el preu va pujant i el consumidor també va prenent consciència de quant costen les coses realment. Factor legislatiu és clau per al procés de millorar el sector tèxtil.

No només es tracta de produir de forma més sostenible, sinó consumir de forma més sostenible. Perquè Zara sempre produirà a un ritme que aquest planeta no aguanta. Però sobretot s'ha de produir menys o s'ha de comprar menys.

Una altra manera és produir a demanda.

¿Existeix algun certificat per garantir que producció tèxtil és de proximitat?

¿Existeix un etiquetatge que demostrï que les peces de roba s'han produït de manera més sostenible o amb una mirada que s'esforça per demostrar la sostenibilitat?

És molt complex poder determinar la mesura de la sostenibilitat. És un tema que s'està treballant en l'àmbit acadèmic, però és un tema molt difícil de poder demostrar al client.



Els certificats també poden ser vistos com un factor que encareix els projectes. També ens trobem que un producte que sembla ser més eco és més car i un que ho és de veritat, potser no es pot permetre el certificat.

Reflexions finals

- > O estudiem matèries primeres noves o comencem a reciclar de veritat no tindrem matèria!!!
- > Acompanyar amb responsabilitat com a consumidores en el nostre consum diari.
- > El poder de les institucions en el tracte a les empreses. Caldria incorporar quins són els costos reals dels productes.
- > Educació: la roba que comprem la fem servir un 30 per cent en comparació del que es feia servir abans. Reeducar a la societat.
- > Innovació: ha de ser transversal.

- > És un sector amb desajustaments entre oferta i demanda. És una dificultat que genera sobreproducció amb el conseqüent problema mediambiental.

- > Cal considerar l'especial dificultat de la viabilitat econòmica dels projectes ètics sostenibles per com són els hàbits actuals de consum.
- > La importància de tancar cercle de consum infinit.
- > A Catalunya hi ha un gran buit de producció. Només s'han quedat els que han innovat i fan coses diferents.
- > El gran repte sostenibilitat i encara no està prou incorporat. Cal ser crítics amb la forma que tenim de consumir.
- > És totalment insostenible seguir així i els canvis d'hàbits de consum són molt lents.
- > Hi ha coses que semblen impossibles i després són possibles.

“La coherència del 100 per cent no existeix. La clau és poder anar preocupant-se. Posar la mirada en actes de consum, on abans no posàvem la mirada. Poquet a poquet, així es canvien les cultures.”
Juanjo. Oxfam Intermón.



4. RACONS PER FILAR

Gemma Fabregat
IAIOS



Fan jerseis sostenibles basats en el disseny circular, tot el que fan després es pot reciclar. Pensen en el disseny del producte d'acord amb la circularitat de la producció, no al revés. Compren el fil a Olot a una filatura i a una petita fàbrica d'Igualada es fa la confecció, és un fabricant de punt que es diu Tricotosa. És una filatura familiar on encara conserven les màquines antigues originals. Finalment a Granollers tenen la botiga.

La matèria primera és el sobrant, “la merma”, que recullen a diferents fàbriques d'Olot. La separen per colors i la trituren. També reben jerseis antics i els tornen a posar al procés de la filatura. El material que fan servir és llana i acrílic. Aquest procés es coneix com regenerat de llana. No utilitzen ni botons ni cremalleres.

Amb aquest procés **eviten la fase de tints que és una de les més contaminants** del procés tèxtil perquè implica una forta contaminació de l'aigua. A més, així no generen residu. Arriba un punt del procés, després de diversos cicles, que la fibra seria massa fina i ja no es podria reciclar. Però per arribar a aquest punt caldria passar per quatre o cinc vegades.

Aquest procés limita la paleta de colors, han de fer els dissenys amb un límit de colors. Però precisament això, els dona estil propi.

Expliquen que **aquest procés de reciclatge del sobrant** s'ha fet tota la vida. Insisteixen que no és quelcom que s'han inventat, sinó **una pràctica que recuperen**. El reciclat es considera de pobre o brossa, i volen canviar la idea que en tenim.

IAIOS és una marca familiar que té cinc generacions. Fins ara ha estat un negoci de venda. Però el pare de la Gemma va fer una petita producció de jerseis als anys 90 que es deia IAIOS. Ho va fer durant dos o tres anys. Van viure la crisi del tèxtil català. Aquests jerseis van quedar a casa. Per la Gemma eren molt mítics els jerseis IAIOS i un dia va decidir recuperar-los davant del Fast Fashion i fer-los valdre.

La seva idea inicial era vendre'ls a la botiga. Va anar molt bé. Van fer un estudi de mercat i van començar. En fan per noi i per noia, i el patró sempre és el mateix. **És un disseny atemporal**. Conserven així l'esperit de sostenibilitat basat en la simplicitat. Es volen especialitzar en jerseis només. El negoci el conformen ella, el seu pare i el seu germà.



El punt s'ha de rentar poc, cal ventilar-ho i evitar així que passi més vegades de les que necessita per la rentadora. Perquè a la rentadora, a més, es fa malbé la fibra més ràpidament, és quan apareixen les boles.

La venda la tenen repartida en un 20% *online*, un 20% en altres botigues i la resta entre Fires i la botiga pròpia de Granollers.

Han invertit molt en comunicació. Volen que la gent s'enamori del projecte. El disseny dels jerses i la comunicació la fa ella mateixa. Tenen 11.000 seguidors a Instagram. El seu públic objectiu té entre 25 i 35 anys. El boca orella és el seu fort. "És la mare dels ous", diu.

Les seves fites són créixer i escalar. Si venen més podran tenir més marge. El tema de fons és que has d'arribar a un cert creixement per poder tenir un marge significatiu perquè si fabriquessin més del que fabriquen ara els sortiria millor de preu. Els jerses costen entre 60 i 70 euros. Porten cinc anys de trajectòria i cobreixen els tres sous.

Un altre objectiu que tenen és poder tancar el cicle amb el post consum, és a dir, que el *packaging* i la distribució també segueixin les lògiques del disseny circular. Per al *packaging* hi ha alguna limitació de legislació de distribució de com embolcallar les peces. També volen que la distribució estigui limitada a un perímetre sostenible i raonable.

L'estratègia de preus té a veure amb què el cotó reciclat és més econòmic, però el procés és més car. Ara bé, aquí cal aportar el concepte que no és tan car sinó menys barat. **En aquest aspecte insisteixen en la importància de comprar bé i no en excés.**

Per la Gemma, innovar vol dir fer el que es feia, és a dir, que les coses durin més. Que la roba tingui nom i cognom. Cadascun dels seus jerses, de fet, té un nom propi.



La Soste i Dones amb Força Xarxa de dones costureres



La Red de Mujeres Costureras empieza a gestarse en el marco de un proyecto del Ayuntamiento de Barcelona que se llama Energías Comunitarias. En 2018 se organizó un encuentro al que se invitó a diferentes grupos de costura de la ciudad que se estaban organizando para promover la costura como una actividad comunitaria y económica. En este encuentro varios grupos de la ciudad se reunieron para hacer un intercambio de experiencias y para compartir una feria con los productos de costura de cada iniciativa. En este primer encuentro participaron muchas mujeres.

En el 2019, se produce un segundo encuentro de Energías Comunitarias, en el que nuevamente se visibilizan todas las mujeres que están trabajando alrededor de la costura. Se empieza analizar la posibilidad

unir todas las iniciativas en una red de Costura y ver qué podíamos compartir como red.

Viaje a marruecos

A partir de un Proyecto entre la Cooperativa Etcéteras y la Assamblea de Cooperació per la Pau, se realizó un viaje a Marruecos con el objetivo de visitar y conocer cooperativas de mujeres con más de 15 años de experiencia. La idea del viaje era establecer lazos entre mujeres costureras de Barcelona y de Marruecos en el ámbito de la Economía Social y Solidaria.

El viaje se llevó a cabo a inicios de diciembre del 2019 y participaron 15 mujeres representantes de diferentes grupos de Costura de la ciudad. Para algunas era la primera vez que cogían un avión, para otras era el primer viaje para ellas solas, sin familia y otras era la primera experiencia fuera del barrio. Durante el viaje se visitaron cooperativas de Tánger, Tetuán y Chefchauen.

Allí conocimos cooperativas formadas por mujeres artesanas, que se organizan para favorecer su liderazgo y el empoderamiento. Ellas son avaladas por la Unión de l'Actiun Fémenine de Marruecos. Las visitas a las diferentes cooperativas, supuso para la mayoría ver un referente en las iniciativas marroquíes. También visitamos el Consell Regional de Tánger-Tetuán-Alhucemas, donde pudimos conocer y conversar la Red de Cooperativas textiles de Marruecos, juntamente con Fatiha, feminista y consejera del Ministerio de Economía Social y Solidaria.

El viaje, además generó un impulso y una inyección de energía para todas las mujeres que estábamos allí. Con esa energía que se formó y con toda



la fuerza que había en el grupo se llevó a cabo la primera asamblea de la Red. En esa primera asamblea fundacional se definieron algunos objetivos, se crearon pequeños acuerdos y algunas propuestas para empezar a trabajar.

Pasarela Reivindicativa de Costura Comunitaria.

En diciembre del 2019 se lleva a cabo la Primera Pasarela Reivindicativa de Costura Comunitaria en el marco de la V Feria de Consumo Responsable y de Economía Social y Solidaria en Plaza Cataluña, esta pasarela se organiza por la Red de Mujeres Costureras y con el soporte de diferentes entidades públicas. En la Pasarela cada grupo pudo hacer visible su trabajo, fortalecerse cómo red y compartir con la ciudadanía otra manera de vivir el textil.

Premio 8 de Marzo- Maria Aurèlia Capmany.

En el mes de febrero del 2020, la Red de Mujeres Costureras recibe el premio del público, en el marco de un evento que busca reconocer las iniciativas de proyectos orientados a la defensa y la promoción de los derechos de las mujeres, en el que la temática de este año es la emergencia climática y el desarrollo de acciones ecofeministas de la ciudad.

LA RED DE MUJRES COSTURERAS

¿Quiénes somos? Somos la red de mujeres costureras.

Formada por 10 grupos de costura de Verdum, Roquetes, la Trinitat Vella, Bon Pastor, la Verneda, Sant Antoni, Sant Pere, Barberà del Vallès i l'Hospitalet.

Venimos de Marruecos, Bolivia, Argentina i Ecuador. Con papeles y sin papeles.

De todas las tallas y de todas las edades. Más toda la red extensa que nos acompaña, nuestras hijas, nuestros hijos, nuestros compañeros y nuestras compañeras.

¿Qué hacemos? En red intercambiamos información, telas y máquinas de coser. Nos damos seguridad y protección. Nos hacemos visibles. Damos vida a nuestros barrios. Nos acompañamos cuando no estamos bien. En red reivindicamos que tiene que dejar de ser tan difícil llegar hasta aquí. Nos avivamos entre nosotras y avivamos a otras mujeres.

¿Qué queremos? En red queremos asumir los pedidos que nos lleguen, en red queremos distribuir nuestras prendas y en red queremos facturar.

¿Y a partir de ahora? Hemos llegado hasta aquí: para autoocuparnos, poner precio a lo que hacemos y darnos valor a nosotras.

¿Por qué? nosotras, valemus mucho. Aunque llegar hasta aquí no haya sido fácil. Y como llegar hasta aquí no ha sido fácil, ya no nos vamos

Los objetivos de la red:

Espacio de intercambio: de información y recursos.

La idea es poder generar un espacio en el que compartir y canjear recursos e información. Las iniciativas que conforman la red son muy diferentes entre sí, pero comparten la capacidad de ayuda mutua, así si un grupo necesita una maquina de cortar de la que no dispone, no es necesario que se la compre sino seguramente puede utilizar la de otro grupo que la tenga disponible. En cuanto a la información, por ejemplo,



la idea es poder compartir un calendario de ferias y actividades relevantes para el grupo.

Espacio en el que nos podamos asesorar.

El objetivo es poder organizarnos entre todas para disponer de informaciones claves a la hora de producir un producto textil. Y que al mismo tiempo pueda permitirnos avanzar cómo proyectos económicos con mirada de economía social y solidaria.

Formaciones de grupo para todas.

La formación es un elemento básico para la profesionalización de los grupos, somos diversas y estamos en momentos diferentes. La idea es poder ofrecer cómo red recursos que permitan adquirir nuevos aprendizajes, tanto a nivel de costura, cómo en el diseño del producto, cómo en la comercialización y la venta. De hecho, a partir algunas iniciativas del Ayuntamiento de Barcelona, ya estamos recibiendo formación en cuanto a la organización interna de cada grupo, pero también en la gestión y formación de la Red. También hay grupos que a través de la red han podido empezar formaciones concretas para mejorar sus habilidades cómo costureras.

Impulsar la venta.

Somos proyectos con mirada comunitaria y también económica. Si bien es complejo poder convertir el proyecto en la fuente de ingresos única para todas las mujeres que formamos parte, la idea es poder avanzar en esta línea y generar cómo red un impulso para la venta y la comercialización de los productos que generamos.

Empoderarnos

La red genera un espacio en el que todas sentimos que estamos acompañadas en el camino que emprendemos cómo grupos de costura. Cada una va tomando consciencia de lo que puede aportar. Une las fuerzas de cada grupo y las convierte en un espacio de soporte, pero también de impulso.

¿Qué nos hemos propuesto para este año? – Retos-

- > Establecernos como Red de Mujeres Costureras y seguir avanzando con nuestras asambleas mensuales.
- > Construir y mejorar los aspectos organizativos, cómo la comunicación, la organización y la participación en actividades, generar pequeñas comisiones de trabajo...
- > Fortalecer la programación de actividades, crear puntos de venta y participación conjunta más asumibles para cada grupo, organizarnos para que la participación en espacios de venta facilite la conciliación familiar.
- > Preparar la Pasarela de Plaza Catalunya.
- > Realizar formaciones conjuntas, como, por ejemplo: Formación en Diseño de Producto.
- > Generar salidas que estimulen el desarrollo y el fortalecimiento de la red y de cada grupo, como, por ejemplo: la visita al museo del diseño.

Sostenibilidad del proyecto

- Conseguir un encargo para poder trabajarlo cómo red.
- Desarrollar productos de manera complementaria.



María Pérez-Hickman
Presidenta
Moda Sostenible Barcelona



La asociación de Moda Sostenible Barcelona **se fundó en 2013** como consecuencia de la terrible tragedia que fue el hundimiento del edificio Rana Plaza en Bangladesh donde murieron 1.133 trabajadoras del textil.

Fuimos la primera asociación de moda sostenible a nivel mundial y hemos ayudado a constituirse a todas las demás existentes, incluidas la de Perú y Argentina.

La idea surgió durante unas charlas sobre "slow fashion" en las que nos conocimos 6 personas con perfiles tan variados como: una periodista, 2 diseñadoras de moda, un artista visual, la propietaria de la primera tienda en España de moda ecológica y yo que procedía de una ONG dedicada a la inclusión social a través de un taller textil. Todas coincidimos en una misma idea: fundar una asociación para dar a

conocer la existencia de otra manera de hacer moda, respetuosa con las personas y el medio ambiente.

Todas las socias trabajamos de manera voluntaria para conseguir sensibilizar a la sociedad sobre las ventajas de la moda sostenible, así como potenciar y estimular su creación, producción, venta y uso, a través de eventos y actividades.

Cada año organizamos el **Foro de Moda Sostenible durante la Bcn Design Week**, una actividad durante la Fashion Revolution Week (este año la II Maratón de Upcycling) y el Bcn Ethical Fashion Fest, que en la pasada edición se reconvirtió en RE-Barcelona con la ayuda del ayuntamiento, para darle un carácter más internacional.

El día 21 de abril estrenaremos nuestro "Club MODS" que incluirá 8 charlas info-formativas sobre cómo abordar la moda sostenible desde un concepto tanto para profesionales como para consumidores, así como 4 visitas o workshops.

Los títulos son:

- ¿Que es la moda sostenible?
- Economía circular en la moda
- Tejidos con impacto positivo
- *Storytelling*, porque necesitamos una historia
- Tu armario sostenible y *chic*
- ¿Es posible montar un modelo de negocio sostenible y rentable?
- La apropiación cultural en la moda
- Comunica y conecta



Además, un taller de patronaje de residuo cero, visitas a un taller de tintes naturales y a la nave de Roba Amiga

A través de todas estas acciones, Moda Sostenible Barcelona genera **un impacto positivo en la industria de la moda y la sociedad, potenciando el networking, la colaboración y la cooperación entre profesionales del sector.**

Reflexiones compartidas:

- > Hay que dar visibilidad al sector y a las marcas.
- > Hacer ruido para que se sepa que hay marcas que respetan el medio ambiente y otras que no.
- > Las cosas se pueden hacer bien.
- > Se pueden usar desechos de ropa para darles otra vida y crear una pieza de ellos.
- > MODS: Relacionar la moda con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- > Hay que crear masa crítica de consumidores conscientes.
- > Hay que ayudar a cambiar el estilo de vida: comprar menos, pero comprar mejor.



Marina Iglesias.
Festival Rec0.
RecStores



El Rec 0 és un festival de moda que transforma durant quatre dies les antigues fàbriques de pelleteria en *pop-up stores* de marques i dissenyadors de moda emergent a Igualada.

La iniciativa neix fa 10 anys amb l'objectiu de la recuperació del barri del Rec, un barri ple d'edificis industrials amb valor patrimonial que havia arribat a tenir més de 200 empreses actives i que estava amenaçat per un pla urbanístic. La intenció era fer arribar la tradició tèxtil i d'empreses de pelleteria del barri al màxim de gent d'Igualada, ja que la sensació és que la ciutat vivia d'esquena al barri, i generar interès per la zona per a protegir-la.

La idea inicial era que fos un projecte efímer, però portem des del 2009 i **actualment acollim a 100 marques i 120.000 persones en 4 dies de festival**. L'impuls va fer-lo un grup de 6 persones del territori i actualment

són un equip 3 treballadors estables. Durant el procés també s'han guanyat la confiança dels botiguers locals, que inicialment veien que al festival venien moltes marques de fora, però a poc a poc es torna cada cop més local.

Dos cops l'any, al maig i al novembre, durant quatre dies el barri del Rec es transforma. **Es fa una crida a marques locals i marques importants, a joves emprenedors, marques de moda sostenible, etc.** Per a generar un espai de moda.

En la programació hi trobem activitats gastronòmiques, culturals, visites a les pelletteries, tallers, exposicions i actuacions musicals.

Les empreses paguen un fix i un tant per cent de la venda (per a les marques petites el preu és reduït: 500 euros i sense el tant per cent). L'altra part del finançament l'aconsegueixen dels patrocinadors. L'ajuntament no dóna cap mena de suport econòmic i l'entrada per a les persones és lliure.

Un altre reclam és el **concurs Rec.0/ 080 Barcelona Fashion que ja va per la 6a edició**: aquest s'adreça a marques de moda i el premi és aconseguir una *pop-up store* al REC.0 i un espai de venda al Pop Ups Gallery del 080 Barcelona Fashion, on la marca de moda guanyadora podrà comercialitzar els seus estocs i promocionar-se. El concurs està obert i adreçat a tothom que compleixi les condicions.

La moda és un reclam important. En el Rec trien les marques d'entre les quals es proposen o fan la seva candidatura. **Busquen un equilibri entre marques internacionals i marques de dissenyadors emergents.** Hi ha



pocs espais disponibles i intenten que en cada edició hi hagi marques noves.

Les marques que comencen poden veure quina és la reacció del client perquè hi tenen un feedback directe. També hi ha la possibilitat de venir només un dia - Pop at day i així els serveix de test. Per a les altres marques, més consolidades, o per als botiguers locals és un espai útil per a arribar a nova clientela.

La sostenibilitat del festival l'aborden des de diferents vessants: la mediambiental pròpia de l'esdeveniment i la promoció de marques sostenibles.

Pel que fa a l'esdeveniment, **compten amb un pla de residus** (materials reciclables, no bosses de plàstic, etc.). També realitzen campanyes de conscienciació sobre els hàbits de consum de roba i l'impacte ambiental.

Pel que fa a les marques, **es promou la participació de marques noves que treballen la sostenibilitat, la producció local, el km 0, etc.** I el mateix festival serveix per a donar sortida a l'estoc de les marques, tot i que saben que l'ideal és no generar estoc, això serveix per a donar suport a la sostenibilitat dels projectes.

I en clau general, i de reflexió, ara que ja s'han posicionat, estan **pensant a fer més petit el festival** i ser més selectius amb qui participa (incloure iniciatives de l'economia social, fer punts de venda conjunts per marques petites de moda sostenible, etc.) i generar aliances per a fer una edició més "slow".

En 10 anys han vist moltes marques que neixen i moren. En aquesta edició estan provant coses noves: oferir al visitant noves formes de compra, espais i marques que reciclen allà mateix la roba, intercanvi de samarretes, etc.

L'origen va néixer en un moment de dificultats: hi havia l'amenaça del pla urbanístic, la crisi del tèxtil, etc. Però ara estan en un altre moment, perquè el fet d'haver salvat el patrimoni i que sigui un espai útil per les marques, els ha fet valdre.

En la primera edició van anar a buscar 11 marques i en la segona 22, ara els vénen a buscar les marques. **També s'han plantejat replicar en un altre lloc però senten que l'espai és important i a Igualada té sentit.** Hi ha ciutats que els truquen perquè volen un Rec per a revitalitzar les zones de fàbriques.



Carmela Serantes.
The Good Shop.



The Good Shop es una plataforma de moda ética, sostenible y de proximidad que busca dar visibilidad y protagonismo a las buenas marcas, así como facilitar y fomentar el consumo responsable.

Carmela explica que su sensibilización con moda sostenible viene a raíz de la catástrofe del Rana Plaza. Y de una experiencia propia: una vez compró un bikini hecho en Girona e intentó encontrar la web de la marca, pero esta no existía. Así se dio cuenta que **muchas marcas están condenadas a desaparecer** y el proyecto surgió de la voluntad de juntar la mirada de publicista con la sensibilidad sobre el sector.

The Good Shop es una tienda que te facilita el consumo.

Te permite conocer de donde viene tu ropa porque cada marca que vende va a visitar a sus productores y a conocer su historia y nos cuenta lo que hay detrás.

En cuanto a los criterios, **todos los productos tienen que ser locales**. Las cosas que se pueden hacer aquí se deberían hacer aquí. Hay que explicar las historias que hay detrás de donde tú produces. Hace falta un poco más saber y preocuparnos por ello. A nivel de territorio sólo trabaja con marcas de España y está empezando a vender en Europa.

En relación con las multinacionales como Inditex hay que tener en cuenta el efecto que tienen sus precios en los talleres pequeños. Pero cualquier mínimo cambio en las multinacionales es súper importante para generar impacto. Pero sobretodo, **no se debe confundir una colección sostenible de Mango, con una marca que produzca aquí de manera realmente sostenible**.

Otro tema es **el proceso de pérdida de la tradición costurera**. Hay que educar a la gente sobre la importancia de la costura porque queda muy poca mano de obra y el problema son los precios de las cosas que se cosen aquí. Es difícil que la gente pueda comprar de aquí, porque es imposible competir con los precios. Las creadoras no pueden comprar su propio producto porque la moda sostenible esta muy lejos de la realidad de la clase media.

Hay que trabajar la responsabilidad de las personas consumidoras para que sean más exigentes y poder así proteger una determinada manera de producir.

Otro de los criterios de The Good Shop es **la calidad: las prendas deben ser fabricadas para durar**. Los materiales tienen que ser ecológicos o



reutilizados o bien tener proyecto social detrás que apoye a colectivos más vulnerables.

El principal reto futuro es crecer, conseguir la escalabilidad. Es más difícil porque no es un *market place* al uso porque es muy importante que haya un relato. Poder contar las historias que hay detrás.

En cuanto a la sostenibilidad, es importante el tema del diseño porque el proyecto se sostiene a partir de una comisión sobre las ventas.

El proceso de emprendimiento es una montaña rusa de aprendizaje constante, de cosas que vas probando y saber pedir ayuda. Hay que saber detectar las propias fortalezas y aprovechar este tipo de eventos para conocer otras experiencias y recursos. Toca aprender y sostenerse. Hace falta ser red.

Montse Bayen.
Back to Eco.



Back to Eco és una marca de moda sostenible dedicada a allargar el cicle de vida del denim postconsumidor. En fan reparació, disseny, confecció i re-filament creant productes ètics i sostenibles

La idea del projecte va néixer fa quatre anys i la marca uns dos anys i mig. Les dues sòcies vénen del món de l'Educació ambiental i van pensar que el seu producte havia de tenir com a matèria primera el residu. **No havien tingut contacte previ amb el sector tèxtil però si estaven conscienciades amb la contaminació que aquest genera**, i el van escollir per ser la segona indústria més contaminant, i concretament, la de fabricació de texans.

Al projecte hi treballen dues persones que venien d'una situació d'exclusió social i que ara hi estan incorporades de manera estable. No volen ser una empresa inserció laboral, no es plantegen la rotació de gent.

El projecte respon a la necessitat de donar suport economia circular. Van començar a treballar amb Roba Amiga que els facilitava els texans, després amb Formació i Treball i ara Col·laboren amb Solidança.

Els seus productes són motxilles, necessers, bosses i davantals. Els creen a partir dels texans reciclats. Treballen amb uns 21.000 kg de texans del que s'aprofita un 30/40%. I amb el residu, en fan fil i nous teixits. El fil és barrejat amb polièster reciclat.

L'objectiu és vendre el teixit i sumar a l'eco confecció a Catalunya. També treballen absorbint el teixit i llançant col·leccions de moda que es basin en models repetitius en el temps. Ara tenen una marca de roba: Infinit Denim. La confecció l'alternen entre el taller propi i la col·laboració amb tallers de Sabadell i Mataró.

Tenen botiga física, botiga en línia, fan reparació de texans i productes de merchandising reciclat per a entitats de caràcter social, com per exemple motxilles.

Han guanyat diferents premis com el premi de comerços sostenibles i el premi d'Ecodisseny de la Generalitat. I reben diferents suports a emprenedors de la Generalitat i l'Ajuntament de Barcelona.

A escala de sostenibilitat del projecte, el és taller rendible però la botiga no, ja que són moltes despeses (sou, lloguer, etc.). Els agradaria poder viure del que els agrada sense que estigui lligat a la precarietat.

Reptes:

- > Voldrien arribar a educar a través del projecte.
- > L'enxarxament és útil però molt costós en quant a temps d'implicació.
- > Innovació en els materials i en el fil reciclat.
- > Arribar als joves que tot i que són conscients, econòmicament no s'ho poden permetre.
- > Fer moda reciclada per a tothom.
- > Obrir a mercat fora de Catalunya.
- > La sostenibilitat econòmica per ara no n'és, però si més endavant.
Volen reparar més.



5. TANCAMENT

En representació del grup motor del tèxtil

Maria Jesús Escolano. Direcció Operativa d'Innovació Soeocioeconòmica. Barcelona Activa.

Maria Pérez-Hickman. Moda Sostenible Barcelona.

Eba Inda. Cooperativa Fasolà

Silvina Merino. La quinta pata asociación cultural. Projecte CreadonESS

Elisenda Jaquemot. Eadi - Escola Atelier Disseny Moda Barcelona

Antonela Tossici. Fundació Pare Manel. Projecte Fil



El grup motor del tèxtil representa a diferents entitats, associacions, col·lectius o projectes propis del sector amb una mirada d'economia

social i solidària. El paper de l'administració pública en aquest espai és donar resposta a les demandes i necessitats que presenta el sector tèxtil a la ciutat.

La feina que es porta a terme és per enxarxar-se i fer sinergies entre les diferents iniciatives i projectes del sector. També busca aglutinar i connectar tots els aspectes i fases del procés del tèxtil, posant una mirada d'economia social i solidària.

El grup motor durant, aquest any de vida, ha estat treballant en un procés de construcció de confiança la confiança, d'obertura i de generar dinàmiques de col·laboració, una de les claus al sector del tèxtil, històricament competitiu.

La intenció és seguir treballant per enfortir la xarxa i visibilitzar el sector, apropant-lo al consumidor i fent-lo conscient de la necessitat d'un canvi de consum.



Elisenda Vegué
Directora de la Direcció Operativa d'Altres Economies
Barcelona Activa

Per acabar, l'Elisenda Vegué, felicita les persones que han fet possible l'esdeveniment. Agraeix la selecció del lloc, que ha estat un espai acollidor i còmode i l'organització amb la qual s'ha portat a terme l'acte.

Reitera que la gran rebuda i assistència confirma el tèxtil sostenible com un dels sectors amb més ebullició i on l'Economia Social i Solidària i la Innovació Socioeconòmica poden tenir més oportunitats de desenvolupar-se per consolidar un model que generi impactes ambientals i socials positius i que aposti per models de governança participats.

Reafirma l'aposta de Barcelona Activa i l'Ajuntament de Barcelona de continuar treballant en aquest sector que es considera estratègic i en la mateixa línia, tot incorporant els resultats i necessitats detectats als diversos espais i accions en el marc del Programa RevESStim el tèxtil i durant aquesta jornada.

La voluntat és que aquest treball es faci de la mà de les iniciatives, que són les que al final tenen el coneixement, i estan al dia a dia lluitant per ser viables i projectar-se en un sector altament competitiu i molt complex.

Valorar el procés que ha encetat el grup motor on participen algunes iniciatives com espai plural d'articulació i d'enxarxament del sector i que

és realment necessari per definir estratègies conjuntes. En aquest sentit, explicà, s'està avançant en la construcció de l'Estratègia 20-30 de manera participada amb els agents de l'àmbit de l'ESS.

Animà a seguir treballant, seguir en contacte i confirmà que a aquesta jornada no és un final sinó una continuïtat d'una feina que té recorregut i trajectòria.

