

Καινοτόμες πρακτικές για άτομα που εργάζονται με τη νεολαία
χρησιμοποιώντας τη βιώσιμη μόδα ως τρόπο δημιουργίας χώρων χωρίς
αποκλεισμούς

2021-1-IT03-KA220-YOU-000028607

FABLE

FABLE G-local Hubs για τη νεολαία

18 Αυγούστου 2023

Τελικό



Με τη χρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

FABLE

Τίτλος:	FABLE G-local Hubs για τη νεολαία
Αποτέλεσμα έργου	Εκπαίδευση για τη δημιουργία G-Local Hub και την πραγματοποίηση δραστηριοτήτων βιώσιμης μόδας
Περιγραφή	Περιγραφή των εργαστηρίων G-Local Hub και οδηγίες χρήσης των δραστηριοτήτων τους
Υπεύθυνος Εταίρος για την προετοιμασία αυτού του εγγράφου	Happiness Academy (μετάφραση από την INTER ALIA)
Ημερομηνία δημιουργίας	24.04.2023
Εκδόσεις εγγράφου	Έκδοση 1: 24.04.2023 Έκδοση 2 - Τελικό - 18.08.2023 Ημερομηνία μετάφρασης: 10.10.2023
Γλώσσα	Ελληνικά



Με τη χρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

Περιεχόμενα

1. Βασικά στοιχεία των G-Local Hubs	5
1.1. G-Local Hub – Τι είναι	5
1.2. G-Local Hub – Βήματα	5
2. Εργαλειοθήκη	7
2.1. G-Local Hub χώρος	7
2.2. Πώς να σχεδιάσετε και να εφαρμόσετε τα εργαστήρια στο G-Local Hub	8
3. Πρότυπο για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων της εργαλειοθήκης	9
4. Εργαστήρια	10
4.1. Δημιουργικό Εργαστήριο για τη Βιώσιμη Μόδα	10
4.1.1. Cafe Βιώσιμης Μόδας	11
4.1.2. Κατασκευή Κολάζ	13
4.2. Βιώσιμη Μόδα – Αυτοσχέδια Συζήτηση	14
4.2.1. Βόμβα ενέργειας	15
4.2.2. Σύντομη συζήτηση	16
4.2.3. «Ήσουν εσύ, όχι δεν ήταν, ποιος ήταν;»	16
4.2.4. Αυτοσχέδιο Debate	17
4.3. Αργή Μόδα: Φυσική Βαφή Κλωστοϋφαντουργικών Προϊόντων	20
4.3.1. Φυσική Βαφή Κλωστοϋφαντουργικών - Θεωρία	22
4.3.2. Φυσική Βαφή Κλωστοϋφαντουργικών	22
4.4. Ανάλυση και Δράση για τη Βιώσιμη Μόδα	24
4.4.1. Η περίπτωση της μόδας: κοινωνικο-οικολογικές και οικονομικές πτυχές	26
4.4.2. Η περίπτωση της μόδας: ανάλυση	28
4.4.3. Η περίπτωση της μόδας: οικοδόμηση βιώσιμων εναλλακτικών λύσεων	31
4.5. Η φύση ως εργαστήριο για την κατασκευή αντικειμένων μόδας	33
4.5.1. Εκδρομή στη φύση για συλλογή φυσικών υλικών	35
4.5.2. Κατασκευή κοσμημάτων από φυσικά και ανακυκλώσιμα υλικά	37
4.5.3. Προσομοίωση πωλήσεων	39
4.6. Ανακύκλωση και Επαναχρησιμοποίηση Ρούχων	40
4.6.1. Μπαζάρ Ρούχων	41
4.6.2. Ράψιμο Ρούχων	42
4.7. Βιώσιμη μόδα: Μάρκετινγκ και επικοινωνία	43
4.7.1. Θεωρία και συζήτηση για την βιώσιμη μόδα: μάρκετινγκ και επικοινωνία	43



FABLE

4.7.2. Ένα παιχνίδι ρόλων	44
Φωτογραφικά στιγμιότυπα	47
Παραρτήματα	51
Παράρτημα 1 – Παρουσίαση Sustainable Fashion and Natural Dyeing	52
Παράρτημα 2 - Γραμμική οικονομία: βιομηχανία μόδας	52
Παράρτημα 3 - Χαρτογράφηση: Βιομηχανία μόδας	52
Παράρτημα 4 - Infographic: Βιομηχανία μόδας	53
Παράρτημα 5 - Καλές πρακτικές: Βιώσιμη Μόδα	53
Παράρτημα 6 - Δράση για τη βιώσιμη μόδα	54
Παράρτημα 7 - Νοητός χάρτης (mindmap)	54
Παράρτημα 8 - Θεωρία για τη Βιώσιμη Μόδα	55
Παράρτημα 9 - Ένα παιχνίδι ρόλων: μάρκετινγκ και επικοινωνία	62



FABLE

1. Βασικά στοιχεία των G-Local Hubs

1.1. G-Local Hub – Τι είναι

Τα G-Local Hubs είναι ασφαλείς και συμπεριληπτικοί χώροι που στοχεύουν στην ενδυνάμωση της νεολαίας. Μετατρέπουν σε δράση την δημιουργική προσέγγιση που αναπτύχθηκε στο πλαίσιο του PR1 προκειμένου να διευκολυνθεί η διοργάνωση δραστηριοτήτων για νέα άτομα. Η βιώσιμη μόδα είναι βασικό στοιχείο αυτών των χώρων.

Οι κύριοι στόχοι των G-Local Hubs είναι:

- 1.1.1. να διεγείρουν την κριτική σκέψη, την αλλαγή στη συμπεριφορά και να δίνουν κίνητρο για τη διατήρηση αυτής της αλλαγής συμπεριφοράς.
- 1.1.2. να προωθηθούν δεξιότητες νεανικής επιχειρηματικότητας μέσω της βιώσιμης μόδας.
- 1.1.3. να τονώνουν τη δημιουργία και δημιουργικότητα.
- 1.1.4. να καλλιεργούν την αίσθηση του ανήκειν σε μια κοινότητα.
- 1.1.5. να προωθούν την αλλαγή της σκέψης και μια προοπτική προς μια βιώσιμη και μια ηθική προσέγγιση στον κόσμο της μόδας.

1.2. G-Local Hub – Βήματα

1.2.1. Προσέγγιση – Αξίες και αρχές αλληλεπίδρασης με τα νέα άτομα στο G-Local Hub

- **Αποδοχή και Εκτίμηση**

Τα νέα άτομα με τις προσωπικές και τις επαγγελματικές τους διαδρομές, τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας, τις ταυτότητες, τις δεξιότητες, τα δυνατά σημεία και τις αδυναμίες τους, πρέπει πρώτα να γίνουν αποδεκτά και να εκτιμηθεί η αξία τους.

- **Ποικιλομορφία και συμπερίληψη**

Κάθε άτομο είναι μοναδικό. Έχει συγκεκριμένο κοινωνικο-πολιτισμικό υπόβαθρο, μεγαλωμένο σε συγκεκριμένα ιστορικά και γεωγραφικά πλαίσια, με ατομικές και συλλογικές εμπειρίες και συνθήκες ζωής, με ιδιαίτερο τρόπο σκέψης, δράσης και συναισθημάτων. Τα FABLE G-Local Hubs καλωσορίζουν και γιορτάζουν τη διαφορετικότητα.



Με τη χρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

FABLE

- **Εμπιστοσύνη**

Ένας από τους στόχους των G-Local Hubs είναι η δημιουργία ενός χώρου εμπιστοσύνης και ασφάλειας. Η συμμετοχή είναι εθελοντική και μπορεί να σταματήσει ή να τερματιστεί ανά πάσα στιγμή. Όλα τα περιεχόμενα που συζητούνται παραμένουν στο χώρο αυτό και δεν μεταβιβάζονται σε τρίτους. Τα άτομα που συμμετέχουν φροντίζουν τον εαυτό τους. Αυτό σημαίνει ότι μπορούν να εκφράσουν τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους σχετικά με τη διαδικασία και το περιεχόμενο ανά πάσα στιγμή.

- **Βιωσιμότητα**

Τα G-Local Hubs προορίζονται να είναι βιώσιμα από διάφορες απόψεις. Αφενός τα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν θα είναι βιώσιμα (φυσικά υλικά, αντικείμενα που διαφορετικά θα πετούσαμε, ανακυκλώσιμα, ανακυκλωμένα, επαναχρησιμοποιημένα, επαναχρησιμοποιούμενα και άλλα). Από την άλλη, τα G-Local Hubs θα σχεδιαστούν έτσι ώστε να είναι οικονομικά, χωρίς απαιτητικές προδιαγραφές και εύκολα να αναπαραχθούν σε διάφορα περιβάλλοντα.

- **Σεβασμός**

Οι σύμβουλοι νέων και συντονιστές των G-Local Hubs σέβονται όλους τους ανθρώπους με τους οποίους έρχονται σε επαφή κατά τη διάρκεια του έργου και κατά την υλοποίηση των εργαστηρίων στα G-Local Hubs. Οι δραστηριότητες του G-Local Hub στηρίζονται σε ηθικές αξίες και οι εργαζόμενοι στον τομέα της νεολαίας, οι συντονιστές και οι ειδικοί επιδεικνύουν ηθική συμπεριφορά δείχνοντας: σεβασμό για τα δικαιώματα και την αξιοπρέπεια του ατόμου, επάρκεια, υπευθυνότητα και ακεραιότητα.

- **Ενδυνάμωση**

Η προσέγγιση FABLE αναγνωρίζει όλα τα νέα άτομα καθώς και την ομάδα τους ως ειδικά. Οι άνθρωποι με τους οποίους συνεργαζόμαστε είναι οι ειδικοί της ζωής τους. Κουβαλάνε μέσα τους την ικανότητα να ενεργοποιούν την εσωτερική τους ανάπτυξη.

Με τον όρο «η ομάδα είναι ο ειδικός» εννοείται ότι οι ερωτήσεις, τα θέματα, οι ιδέες και οι αντιδράσεις συζητούνται πάντα στην ομάδα ή προκύπτουν από αυτήν. Ο ρόλος του συντονιστή/τριας FABLE είναι να διευκολύνει, να φέρει την ομάδα σε συζήτηση, να συνδυάζει τα περιεχόμενα των συζητήσεων και ούτω καθεξής. Ο συντονιστής/τρια δεν θεωρείται ιεραρχικά ανώτερος/η ή «ειδικός/ή» που μεταδίδει τις γνώσεις του/της στους συμμετέχοντες ή αξιολογεί το περιεχόμενο.

- **Το νέο άτομο - στο κέντρο**

Η προσέγγισή μας για την αλληλεπίδραση με τα νέα άτομα επικεντρώνεται σε αυτά. Οι σύμβουλοι νέων και οι συντονιστές/τριες χαρακτηρίζονται από ανοιχτότητα, κατανόηση και



FABLE

ενσυναίσθηση, αυθεντικότητα και αυτο-στοχαστικότητα. Παροτρύνουν τα νέα άτομα και τα καθοδηγούν να πετύχουν τους στόχους τους.

2. Εργαλειοθήκη

2.1. G-Local Hub χώρος

2.1.1. Πώς να σχεδιάσετε το χώρο

Τα εργαστήρια θα υλοποιηθούν μετατρέποντας χώρους εκπαίδευσης ακόμη και χώρους που συνήθως δεν είναι. Αυτό αφορά κυρίως τη δυνατότητα αναπαραγωγής και μεταφοράς του προτεινόμενου μοντέλου.

Χαρακτηριστικά του χώρου (G-Local Hub):

- Είναι ασφαλής και χωρίς αποκλεισμούς, με βάση τις αξίες και την προσέγγιση που περιγράφονται παραπάνω.
- Είναι ευέλικτος. Δεν χρειάζεται να είναι ένας συγκεκριμένος εκπαιδευτικός χώρος. Ο χώρος του G-Local Hub έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούμε να το φέρουμε πιο κοντά στα νέα άτομα με τα οποία θέλουμε να συνεργαστούμε. Θα πρέπει να μπορούμε να τον δημιουργούμε εύκολα, σε ένα τοπικό κοινοτικό κέντρο ή σε ένα πάρκο για παράδειγμα, ώστε να προσεγγίσουμε την ομάδα-στόχο μας με τρόπο που να είναι άνετος και εμπνέει τα μέλη της ομάδας.
- Είναι εύκολο να αναπαραχθεί. Κάθε ενδιαφερόμενο μέλος να μπορεί εύκολα να δημιουργήσει παρόμοιο χώρο.
- Είναι χαμηλού προϋπολογισμού. Οι πόροι και τα υλικά που χρειάζονται είναι φθηνά. Η συλλογή τους δεν είναι πολύ χρονοβόρα.
- Είναι βιώσιμος. Οι αξίες της βιωσιμότητας εφαρμόζονται από κάθε άποψη.
- Είναι ένα εκπαιδευτικό περιβάλλον. Ονομάζεται χώρος, αλλά μπορεί να είναι μέσα, έξω ή διδικτυακά. Μπορεί να είναι ένας διαφορετικός χώρος για κάθε εργαστήριο. Οι τοίχοι δεν το καθορίζουν. Καθοριστικό χαρακτηριστικό είναι ότι προάγει τη μάθηση.

2.1.2. Πώς να παρέχετε τα υλικά

Τα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν στα G-Local Hubs θα είναι βιώσιμα, προάγοντας τη βιώσιμη χρήση των πόρων και οικονομικά. Για παράδειγμα, οι δραστηριότητες FABLE μπορεί να



Με τη χρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

FABLE

δώσουν νέα ζωή σε υλικά που διαφορετικά θα πετούσαμε. Τα απορρίμματα του σύγχρονου νοικοκυριού που βρίσκονται σε κάθε οικογένεια μπορούν να μετατραπούν σε νέα αντικείμενα, όπως αξεσουάρ, τσάντες ή παιχνίδια.

2.2. Πώς να σχεδιάσετε και να εφαρμόσετε τα εργαστήρια στο G-Local Hub

Το FABLE εφαρμόζει μια ολιστική προσέγγιση στη μάθηση. Η καινοτομία των G-Local Hubs είναι, μεταξύ άλλων, η εξεύρεση ενός συνδυασμού πολλαπλών προσεγγίσεων όπως *εκμάθηση μέσα από την τέχνη*, *δημιουργικό tinkering* και *βιώσιμη μόδα*. Η μεθοδολογία FABLE χρησιμοποιεί αυτές τις προσεγγίσεις για να διερευνήσει τη βιωσιμότητα από διαφορετικές οπτικές γωνίες και να ευαισθητοποιήσει σχετικά με το θέμα των φυσικών πόρων την τοπική κοινότητα. Αυτός ο τύπος προσέγγισης διεγείρει τη δημιουργικότητα και τα κίνητρα για την απόκτηση εγκάρσιων ικανοτήτων για το μέλλον, για παράδειγμα επιχειρηματικότητα και ιδιότητα του πολίτη για να οικοδομήσουμε μαζί κάτι που μπορεί να κάνει τη διαφορά. Τα κίνητρα των νέων ατόμων αυξάνονται με την ανακάλυψη της ομορφιάς πολλαπλών θεμάτων και μεθόδων που μπορεί να διαφέρουν από αυτούς που έχουν συνηθίσει στα επίσημα εκπαιδευτικά τους προγράμματα.



Με τη χρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

3. Πρότυπο για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων της εργαλειοθήκης

Σε περίπτωση που θέλετε να αναπτύξετε το δικό σας εργαστήριο και τις δραστηριότητές σας, εδώ είναι μερικά πρότυπα που μπορούν να σας βοηθήσουν.

Πρότυπο για τη γενική περιγραφή των εργαστηρίων G-Local Hub

Θέμα του εργαστηρίου	
Η ομάδα στόχου στην οποία θα απευθυνθείτε	
Στόχοι	
Εκπαιδευτικά αποτελέσματα	
Περιεχόμενο	
Μέρη που θα στηθούν τα G-Local Hubs	
Άλλες οδηγίες για συντονιστές	

Πρότυπο για αναλυτική περιγραφή των δραστηριοτήτων

Θέμα	
Τίτλος	
Στόχοι	
Προετοιμασία	
Συνολική διάρκεια	
Περιγραφή	
Υλικά	

Αντιγράψτε και εισαγάγετε όσους πίνακες χρειάζεστε



4. Εργαστήρια

4.1. Δημιουργικό Εργαστήριο για τη Βιώσιμη Μόδα

Ομάδα στόχου	Μια ομάδα 10-20 νέων ατόμων, 16-30 ετών
Στόχοι	Οι συμμετέχοντες μαθαίνουν για τη βιώσιμη μόδα, μοιράζονται τις σκέψεις και την εμπειρία τους σχετικά με το θέμα και δημιουργούν τη δική τους ιδέα σε σχέση με το θέμα χρησιμοποιώντας την τέχνη.
Εκπαιδευτικά αποτελέσματα	<ul style="list-style-type: none"> • Οι συμμετέχοντες μαθαίνουν για τη βιώσιμη μόδας μέσα από το μοίρασμα των σκέψεών τους και τις βέλτιστες πρακτικές που γνωρίζουν. • Αντιλαμβάνονται πώς αυτό το θέμα επηρεάζει την καθημερινότητά τους. • Μαθαίνουν να χρησιμοποιούν υλικά που διαφορετικά θα πετούσαν για να δημιουργήσουν έργα τέχνης και με αυτόν τον τρόπο εκφράζουν τις σκέψεις τους μέσω της τέχνης • Εξοικειώνονται με τις ιδέες της ομάδας για το θέμα και τον τρόπο που το προσεγγίζουν • Αναπτύσσουν επικοινωνιακές δεξιότητες, δημιουργικότητα και αυτοέκφραση
Περιεχόμενο	Οι συμμετέχοντες συζητούν για τη βιώσιμη μόδα, μοιράζονται τις δικές τους ιδέες κατά τη διάρκεια μιας διαδικασίας συζήτησης <i>World Cafe</i> . Ως αποτέλεσμα της συζήτησης, επιλέγουν ένα θέμα στο πλαίσιο της βιώσιμης μόδας που είναι το πιο σημαντικό για αυτά. Δημιουργούν ένα έργο τέχνης γύρω από αυτό το συγκεκριμένο θέμα χρησιμοποιώντας διάφορα υλικά που διαφορετικά θα πετούσαν και τα παρουσιάζουν στην ομάδα. Σκέφτονται την όλη διαδικασία, μοιράζονται τις σκέψεις τους και συζητούν μαζί τι κρατάνε από αυτήν.
Μέρη που θα στηθούν τα G-Local Hubs	Κλειστοί χώροι, αίθουσες διδασκαλίας, κέντρα νεότητας όπου οι συμμετέχοντες έχουν χώρο να καθίσουν σε τραπέζια και να δημιουργήσουν.
Οδηγίες για τους συντονιστές στο πώς να συλλέγουν τα υλικά	Τα υλικά πρέπει να συλλέγονται εκ των προτέρων. Βεβαιωθείτε ότι έχετε αφήσει αρκετό χρόνο για να συλλέξετε τα πάντα. Είναι σημαντικό τα υλικά να καθαρίζονται πριν από τη δραστηριότητα και να είναι σε κατάσταση που να μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά τη διάρκεια του προγράμματος.
Άλλες οδηγίες για συντονιστές	Προσπαθήστε να καλέσετε και τους συμμετέχοντες στη συλλογή των υλικών. Ενθαρρύνετε τους να συλλέξουν τα δικά τους υλικά που μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου. Με αυτόν τον τρόπο, θα συμμετέχουν περισσότερο ήδη πριν από το έργο και μπορούν να έχουν μια εικόνα ως προς το πρόβλημα των απορριμμάτων.

4.1.1. Cafe Βιώσιμης Μόδας

Στόχοι	Οι συμμετέχοντες μοιράζονται τις σκέψεις τους για τη βιώσιμη μόδα σε ομάδες, συζητώντας διαφορετικές ερωτήσεις. Έτσι, εισάγονται στο θέμα και μπορούν να μοιραστούν τις δικές τους ιδέες και εμπειρίες σχετικά με αυτό, ενώ μαθαίνουν να ακούν και τους άλλους. Μοιράζονται βέλτιστες πρακτικές για το πώς κάνουν πιο βιώσιμες επιλογές στη ζωή τους και συζητούν ποιες άλλες πιθανές λύσεις θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σε θέματα βιωσιμότητας.
Προετοιμασία	Ετοιμάστε τρία χαρτιά flipchart με 1 ερώτηση γραμμένη στο καθένα. Τοποθετήστε κάθε χαρτί σε ένα τραπέζι και βάλτε ίση ποσότητα καρεκλών γύρω από το κάθε τραπέζι. Βάλτε μερικούς μαρκαδόρους στο τραπέζι.
Συνολική διάρκεια	45 λεπτά
Περιγραφή	<ul style="list-style-type: none"> • Εισαγωγή: 5 λεπτά <p>Οι συμμετέχοντες χωρίζονται σε ομάδες και κάθονται στα τραπέζια. Κάθε ομάδα επιλέγει ένα άτομο που θα κρατάει σημειώσεις και θα κάθεται στο ίδιο τραπέζι για όλη τη διάρκεια της δραστηριότητας. Ο συντονιστής/τρια εξηγεί τη δραστηριότητα, τον ορισμό της βιωσιμότητας και της βιώσιμης μόδας και περιγράφει τη διαδικασία της δραστηριότητας. Εισάγονται οι τρεις ερωτήσεις που βρίσκονται στο τραπέζι και γίνονται διευκρινίσεις.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Γύροι συζήτησης: 30 λεπτά <p>Θα γίνουν τρεις γύροι συζήτησης. Κάθε γύρος θα διαρκέσει περίπου 10 λεπτά. Οι συμμετέχοντες συζητούν τις ερωτήσεις που βρίσκονται μπροστά τους στο χαρτί. Βάζουν κάποιες απαντήσεις στο χαρτί. Μπορεί να είναι η ατομική τους απάντηση ή λύσεις που κατέληξαν μαζί.</p> <p>Μετά από κάθε γύρο, οι συμμετέχοντες μετακινούνται στο επόμενο τραπέζι εκτός από το άτομο που κρατάει σημειώσεις, το οποίο μένει στη θέση του για να ενημερώσει την επόμενη ομάδα που θα κάσει στο τραπέζι. Μόλις κάθονται, διαβάζουν την επόμενη ερώτηση, ξεκινούν τη συζήτηση και ακολουθούν την ίδια διαδικασία όπως προηγουμένως.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Παρουσίαση & προβληματισμός: 10 λεπτά <p>Κάθε άτομο που κρατούσε σημειώσεις παρουσιάζει τα αποτελέσματα του τραπέζιού τους. Διαβάζουν όσα γράφονται στο χαρτί ως απαντήσεις στις ερωτήσεις και αναδεικνύουν τα σημαντικότερα σημεία</p>

FABLE

	<p>των συζητήσεων. Τα υπόλοιπα άτομα μπορούν να προσθέσουν πράγματα και να συζητήσουν μεταξύ τους εάν συμφωνούν ή διαφωνούν με όσα αναφέρθηκαν.</p> <p>Στο τέλος της συζήτησης, ο συντονιστής/τρια ζητά από κάθε συμμετέχοντα να γράψει σε ένα κομμάτι χαρτί ποιο ήταν το πιο σημαντικό σημείο για αυτά στο θέμα της βιώσιμης μόδας που προέκυψε κατά τη διάρκεια της συζήτησης.</p> <p>Πιθανές ερωτήσεις για το World Café:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Έχετε αντιμετωπίσει προκλήσεις στην εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών στη μόδα/στυλ σας;2. Πόσο συχνά αγοράζετε νέα ρούχα; Προτιμάτε να αγοράζετε από τη γρήγορη μόδα ή να επενδύετε σε υψηλής ποιότητας βιώσιμα κομμάτια;3. Πώς διαχειρίζεστε τα ρούχα σας όταν δεν τα χρειάζεστε πλέον;4. Πιστεύετε ότι η βιώσιμη μόδα είναι προσβάσιμη σε όλους;5. Τι σας παρακινεί να επιλέξετε τη βιώσιμη μόδα από τη γρήγορη μόδα;6. Ποιες βιώσιμες πρακτικές χρησιμοποιείτε στην καθημερινότητά σας στον τομέα της μόδας;
Υλικά	Χαρτιά flipchart, μαρκαδόροι

4.1.2. Κατασκευή Κολάζ

Στόχοι	<p>Οι συμμετέχοντες δημιουργούν τη δική τους ιδέα για τη βιώσιμη μόδα χρησιμοποιώντας την τέχνη. Χρησιμοποιώντας υλικά που διαφορετικά θα πετούσαν θα δημιουργήσουν τις δικές τους εικόνες κολάζ που αντιπροσωπεύουν το θέμα και τη βασική ιδέα που διάλεξαν στο τέλος της προηγούμενης δραστηριότητας. Έτσι, μαθαίνουν πώς μπορούν να εκφράσουν τον εαυτό τους μέσα από την τέχνη και αναπτύξουν τη δημιουργικότητά τους. Μέχρι το τέλος της δραστηριότητας, ενδέχεται να έχουν διαφορετική άποψη σχετικά με τα απορρίμματα και σε τι μπορούν να χρησιμοποιηθούν.</p>
Προετοιμασία	<p>Προετοιμάστε τα υλικά που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τα κολάζ, τα ψαλίδα και τις κόλλες.</p>



Συνολική διάρκεια	1.5 ώρες
Περιγραφή	<ul style="list-style-type: none"> • Εισαγωγή παρουσίασης των υλικών: 5 λεπτά • Δημιουργία έργων τέχνης: 45 λεπτά <p>Οι συμμετέχοντες κάθονται γύρω από τα τραπέζια και εργάζονται πάνω στο δικό τους έργο τέχνης γύρω από την ιδέα που διάλεξαν στο τέλος της προηγούμενης δραστηριότητας. Τα θέματα που εργάζονται είναι μυστικά, δεν μπορούν να μοιραστούν με τους άλλους. Μπορούν να κινούνται ανά πάσα στιγμή στο δωμάτιο, να χρησιμοποιούν οποιοδήποτε υλικό βρουν, αλλά θα πρέπει να αφήνουν χώρο στα άλλα άτομα να δουλέψουν το δικό τους κομμάτι. Οι συμμετέχοντες δημιουργούν το δικό τους έργο τέχνης, χρησιμοποιώντας τα υλικά. Δίνουν τίτλο στο έργο τέχνης.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Διάρκεια έκθεσης: 15 λεπτά <p>Οι συμμετέχοντες δημιουργούν μια έκθεση από τα έργα τέχνης τους. Κοιτάζουν τα κομμάτια του άλλου και τα παρατηρούν. Κρατάνε μερικές σημειώσεις για τα κομμάτια προσπαθώντας να καταλάβουν την ιδέα. Μπορούν να προσπαθήσουν να της δώσουν και τίτλο.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Συζήτηση: 20-25 λεπτά <p>Οι συμμετέχοντες μοιράζονται τα έργα τέχνης τους ένα προς ένα με τους αρχικούς τους τίτλους και μιλούν για την ιδέα τους. Τα άλλα άτομα μπορούν να προσθέσουν αυτό που παρατήρησαν και σκέφτηκαν για τα κομμάτια. Ο συντονιστής/τρια κάνει μερικές ερωτήσεις στο τέλος του γύρου σχετικά με το πώς ένιωσαν κατά τη διάρκεια της διαδικασίας, τι μάθανε και τι θα μπορούσαν να αλλάξουν στην καθημερινή τους ζωή.</p> <p>Πιθανές ερωτήσεις:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Πώς νιώσατε κατά τη διάρκεια της διαδικασίας; 2. Πώς ήταν για σας να βλέπετε τα άλλα έργα τέχνης; Τι πιστεύατε γι' αυτά; Ήταν δύσκολο να βρείτε τίτλο; 3. Τι παίρνετε από αυτό το εργαστήριο; 4. Υπάρχει κάτι που θα είχατε προσθέσει ως μέρος του εργαστηρίου; 5. Πιστεύετε ότι αυτό το εργαστήριο θα σας βοηθήσει στις αποφάσεις σας να λειτουργείτε με πιο βιώσιμο τρόπο ως προς τη μόδα; 6. Τι θα κάνετε διαφορετικά από πριν;

FABLE

Υλικά	Ψαλίδια, κόλλα, υλικά που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δραστηριότητα, όπως χαρτόνια, εφημερίδες, πλαστικές σακούλες, υφάσματα
-------	--

4.2. Βιώσιμη Μόδα – Αυτοσχέδια Συζήτηση

Ομάδα στόχου	Μια ομάδα 10-20 νέων ατόμων, 16-30 ετών
Στόχοι	Οι συμμετέχοντες συζητούν το θέμα της βιώσιμης μόδας μέσω του θεάτρου και του παιχνιδιού ρόλων που τους επιτρέπει να γνωρίσουν διαφορετικές οπτικές γωνίες, ενώ αναπτύσσουν την ικανότητά τους να ακούν τα άλλα άτομα.
Εκπαιδευτικά αποτελέσματα	<ul style="list-style-type: none">• Οι συμμετέχοντες συζητούν θέματα που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα και εμβαθύνουν τις γνώσεις τους πάνω στο θέμα• Παίζουν διαφορετικούς ρόλους και με αυτόν τον τρόπο, μπορούν να εξερευνήσουν το θέμα από διαφορετικές οπτικές γωνίες.• Εξασκούνται στην ενεργητική ακρόαση και την παρατήρηση
Περιεχόμενο	Μετά τη συμμετοχή σε παιχνίδια που ενεργοποιούν και βοηθούν τους συμμετέχοντες να μπουν στο θέμα και να ενισχύουν την ενέργειά τους, οι συμμετέχοντες λαμβάνουν μέρος σε ένα παιχνίδι ρόλων. Μερικοί από τους συμμετέχοντες θα είναι οι «ενεργοί παίκτες» σε αυτό το παιχνίδι ρόλων και θα συζητήσουν το θέμα που τους δίνεται παίζοντας συγκεκριμένους ρόλους. Οι «παθητικοί παίκτες» παρακολουθούν τη συζήτηση κρατώντας σημειώσεις. Οι συμμετέχοντες σκέφτονται τη διαδικασία, συζητούν πάνω τους ρόλους και τις παρατηρήσεις τους.
Μέρη που θα στηθούν τα G-Local Hubs	Ο χώρος του εργαστηρίου μπορεί να είναι οπουδήποτε. Μπορεί να είναι ένας κλειστός χώρος, μια τάξη ή ένα κέντρο νεολαίας ή μπορεί να είναι κάποιος εξωτερικός.
Οδηγίες για τους συντονιστές στο πώς να συλλέγουν τα υλικά	Οι ερωτήσεις της συζήτησης θα πρέπει να γράφονται σε μεγαλύτερα χαρτιά για να τις βλέπουν όλοι οι συμμετέχοντες. Πριν από τις συζητήσεις, θα πρέπει να δοθούν στυλό και χαρτιά στους συμμετέχοντες, ώστε να μπορούν να καταγράφουν τις σκέψεις τους πριν και κατά τη διάρκεια της συζήτησης. Οι χαρακτήρες θα πρέπει να είναι γραμμένοι σε μικρότερα κομμάτια χαρτιού και να τοποθετούνται σε ένα καπέλο/κουτί ώστε οι ενεργοί παίκτες να μπορούν να επιλέξουν τυχαία από αυτό.

4.2.1. Βόμβα ενέργειας

Στόχοι	Δίνει ενέργεια και βοηθά στη συγκέντρωση.
--------	---



FABLE

Συνολική διάρκεια	5-10 λεπτά
Περιγραφή	<p>Οι συμμετέχοντες στέκονται σε κύκλο και ένα άτομο κρατά μια φανταστική «ενεργειακή βόμβα» στα χέρια του.</p> <ul style="list-style-type: none">• Το πετάνε στον διπλανό τους και με αυτόν τον τρόπο η «ενεργειακή βόμβα» διατρέχει όλο τον κύκλο.• Καθώς το πετάμε στον διπλανό μας φωνάζουμε «χα!» και είναι σημαντικό να το πετάξουμε με πολλή ενέργεια! <p>Γίνεται ένας γρήγορος γύρος και μετά από αυτό μπορούμε να το παίξουμε με διαφορετικό τρόπο και οι συμμετέχοντες θα μπορούν να το πετάξουν σε οποιοδήποτε στον κύκλο, όχι απαραίτητα στα άτομα που στέκονται δίπλα τους. Μπορούμε να κάνουμε κάθε είδους κίνηση και να κάνουμε κάθε είδους δυνατό ήχο ενώ πετάμε και πιάνουμε τη «βόμβα».</p>

4.2.2. Σύντομη συζήτηση

Στόχοι	Να εισαγάγει το θέμα της βιωσιμότητας, να κάνει τους συμμετέχοντες να εμπλακούν, να συζητήσουν, να μοιραστούν τις ιδέες και την εμπειρία τους σχετικά με τη βιωσιμότητα.
Συνολική διάρκεια	20 λεπτά
Περιγραφή	<p>Οι συμμετέχοντες στέκονται σε 2 κύκλους (έναν εσωτερικό και έναν εξωτερικό), όλα απέναντι από κάποιο άλλο. Κάνουμε ερωτήσεις στις οποίες οι συμμετέχοντες έχουν 1 λεπτό το καθένα να απαντήσουν. Τα ζευγάρια μιλούν μεταξύ τους. Αφού απαντήσουν και τα δύο στην ερώτηση, ο εσωτερικός κύκλος κινείται κατά ένα άτομο προς μια κατεύθυνση. Κάνουμε την επόμενη ερώτηση.</p> <p>Ιδέες ερωτήσεων:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Τι σημαίνει για εσάς βιωσιμότητα;2. Ποια είναι η δική σας στάση απέναντι στη βιωσιμότητα;3. Ποιο είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουμε όσον αφορά τη βιωσιμότητα;4. Ποια θα μπορούσε να είναι η λύση στα προβλήματα;5. Τι είδους εμπόδια έχουμε;6. Ποιανού ευθύνη είναι να κάνει αλλαγές;7. Πείτε 3 πράγματα που μπορεί να κάνει ένα άτομο σε ατομικό επίπεδο.8. Πείτε 3 πράγματα που μπορεί να γίνουν σε συλλογικό επίπεδο.



9. Πώς θα μοιάζει ο κόσμος σε 20 χρόνια;

4.2.3. «Ήσουν εσύ, όχι δεν ήταν, ποιος ήταν;»

Στόχοι	Βοηθά τους συμμετέχοντες να μπουν στο αυτοσχεδιαστικό θέατρο και εξασκούνται λίγο στο πώς να παίζουν διαφορετικούς ρόλους
Συνολική διάρκεια	5-10 λεπτά
Περιγραφή	<p>Οι συμμετέχοντες στέκονται σε κύκλο.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Το πρώτο άτομο που ξεκινά το παιχνίδι δείχνει σε κάποιον και λέει «Ήσουν εσύ». • Στη συνέχεια, το άτομο που παίρνει αυτή την πρόταση δείχνει σε ένα τρίτο πρόσωπο και λέει «όχι δεν ήμουν», και μετά αυτό το τρίτο πρόσωπο δείχνει σε ένα τέταρτο και λέει «ποιος ήταν;». • Στη συνέχεια, το τέταρτο άτομο δείχνει σε κάποιον που λέει «Ήσουν εσύ» και μετά η όλη διαδικασία ξεκινά από την αρχή, και ούτω καθεξής. <p>Αφού εξηγήσουμε τις οδηγίες, λέμε στους συμμετέχοντες ότι αυτές οι προτάσεις μπορούν να ειπωθούν όπως θέλουν! Μπορούν να ρωτήσουν, να φωνάξουν, απλά να τις δηλώσουν, να κάνουν μια μικρή κίνηση, να κάνουν παύση και ούτω καθεξής. Μπορούν να δοκιμάσουν όποιο στυλ και τρόπο θέλουν.</p>

4.4.4. Αυτοσχέδιο Debate

Στόχοι	Να συζητήσουν θέματα σχετικά με τη βιωσιμότητα. Να μάθουν πως να συζητούν, να παίζουν ρόλους και να σκέφτονται από διαφορετικές οπτικές γωνίες.
Προετοιμασία	Μερικά τραπέζια με καρέκλες, χαρτιά και στυλό πρέπει να προετοιμαστούν. Οι καρέκλες πρέπει να τοποθετηθούν σε δύο κύκλους: ένας εσωτερικός κύκλος με 4-5 καρέκλες (ανάλογα με τον αριθμό των συμμετεχόντων), οι υπόλοιπες καρέκλες πηγαίνουν στον εξωτερικό κύκλο ως θέσεις παρατηρητών. Οι χαρακτήρες πρέπει να γράφονται σε κομμάτια χαρτιού που θα επιλέξουν αργότερα τυχαία οι συμμετέχοντες.
Συνολική διάρκεια	1.5-2 ώρες



FABLE

Περιγραφή

Είναι ένα Fishbowl Debate με μια πινελιά αυτοσχεδιαστικού θεάτρου. Θα υπάρξουν 2-3 γύροι συζητήσεων όπου οι συμμετέχοντες θα συζητήσουν ένα θέμα που σχετίζεται με τη βιωσιμότητα.

Σε κάθε γύρο, θα υπάρχουν «ενεργοί παίκτες» (4-5 άτομα, ανάλογα με τον αριθμό των συμμετεχόντων) - συμμετέχοντες που πρόκειται να παίξουν ρόλους/χαρακτήρες - συζητώντας τη δεδομένη ερώτηση. Οι «παθητικοί συμμετέχοντες» παρακολουθούν τη συζήτηση κρατώντας σημειώσεις.

Κατά την προετοιμασία κάθε γύρου, δίνεται στους συμμετέχοντες ένα θέμα και πρέπει να προετοιμαστούν. Οι ενεργοί συμμετέχοντες προετοιμάζουν κάποιες σκέψεις για το πως θα αντιδρούσε ο χαρακτήρας τους. Οι παθητικοί συμμετέχοντες προετοιμάζουν τις δικές τους σκέψεις και ορισμένα σημεία για παρατήρηση καθώς πρόκειται να δουν τη συζήτηση από έξω.

1. Γύρος debate: 30 λεπτά

- Οι συμμετέχοντες προετοιμάζονται - 10 λεπτά
- Οι ενεργοί συμμετέχοντες κάθονται στον εσωτερικό κύκλο και συζητούν το θέμα μέσα από τους ρόλους τους. - 20 λεπτά
- Οι παθητικοί συμμετέχοντες παρατηρούν τη συζήτηση και κρατούν σημειώσεις

2. Γύρος debate: 30 λεπτά

- Οι προηγουμένως παθητικοί συμμετέχοντες γίνονται ενεργοί συμμετέχοντες και επιλέγουν χαρακτήρες. Οι συμμετέχοντες λαμβάνουν μια νέα ερώτηση.
- Οι συμμετέχοντες προετοιμάζονται - 10 λεπτά
- Οι ενεργοί συμμετέχοντες κάθονται στον εσωτερικό κύκλο και συζητούν το θέμα με τους χαρακτήρες τους. - 20 λεπτά
- Οι παθητικοί συμμετέχοντες παρατηρούν τη συζήτηση και κρατούν σημειώσεις

Μπορεί να υπάρχουν περισσότεροι γύροι, ανάλογα με τον αριθμό των συμμετεχόντων. Προσπαθήστε να βεβαιωθείτε ότι όλοι οι συμμετέχοντες βρίσκονται στον εσωτερικό κύκλο ως ενεργοί παίκτες τουλάχιστον μία φορά.

Πιθανές ερωτήσεις για τη συζήτηση είναι:

- Η μεγαλύτερη απειλή για τον πλανήτη μας είναι η πεποίθηση ότι κάποιος άλλος θα τον σώσει;
- Ένα άτομο δεν μπορεί να κάνει τίποτα για την κλιματική αλλαγή;



- Η βιωσιμότητα είναι απλώς μια ορολογία μέχρι να είναι άβολη ή ακριβή;
- Το πλαστικό είναι πραγματικά καλό για τον κόσμο;
- Θυσιάζουμε τη μακροπρόθεσμη υγεία του πλανήτη και των μελλοντικών γενεών για βραχυπρόθεσμα οικονομικά οφέλη;
- Αποτυγχάνουμε να μάθουμε από την ιστορία και να επαναλαμβάνουμε τα ίδια λάθη που οδήγησαν σε περιβαλλοντικές καταστροφές του παρελθόντος, όπως η κατάρρευση αρχαίων πολιτισμών;
- Είμαστε υπερβολικά αισιόδοξοι για τις δυνατότητες μελλοντικών τεχνολογικών ανακαλύψεων για την επίλυση της κλιματικής κρίσης και αποτυγχάνουμε να αναλάβουμε δράση με βάση τις γνώσεις και τα εργαλεία που ήδη διαθέτουμε;

Πιθανοί χαρακτήρες:

- Ένας ή μία πολιτικός αρχηγός που μιλάει για το τι θα κάνει.
- Ένα άτομο 60 χρονών που μιλάει για παλαιότερες εποχές και εμπειρίες.
- Ένας χαρακτήρας που είναι αρκετά υπερβολικός και δεν παίρνει τη συζήτηση σοβαρά.
- Ένα άτομο νεαρής ηλικίας με έντονα συναισθήματα για το θέμα της συζήτησης.
- Ένα ήσυχο συνεσταλμένο άτομο που μιλάει λίγο.
- Ο χαρακτήρας φιλοσοφεί πολύ και είναι πολύ απαισιόδοξος/αισιόδοξος. Μιλά με δύσκολες λέξεις, σχεδόν αρχαίες.
- Ο χαρακτήρας λειτουργεί σαν ντετέκτιβ προσπαθώντας να βρει ποιος είναι υπεύθυνος.
- Σημαντικό μέλος μιας πολυεθνικής εταιρείας.
- Νεαρό άτομο που εργάζεται στις πωλήσεις σε ένα κατάστημα γρήγορης μόδας.
- Άνθρωπος μέσης ηλικίας που έφυγε από τη μεγάλη πόλη για να καλλιεργήσει τη δική του τροφή.

- Σκέψεις και προβληματισμοί: 30-45 λεπτά

Οι συμμετέχοντες αναλογίζονται τη διαδικασία, συζητούν πως ένιωσαν κατά τη διάρκειά της, πως ήταν να παίξουν τους διαφορετικούς ρόλους. Κάθονται σε κύκλο και ο συντονιστής κάνει μερικές από τις παρακάτω ερωτήσεις. Μπορούν να αφήσουν τη συζήτηση να κυλήσει και να φροντίσουν να μιλήσουν για τις πτυχές για τις οποίες ενδιαφέρονται πραγματικά οι συμμετέχοντες. Εκτός από το να μοιράζονται τα συναισθήματά τους, πρέπει να αναλογίζονται επίσης τις καταστάσεις,

FABLE

	<p>ώστε να μπορούν να κατανοήσουν βαθύτερα τις συγκρούσεις μεταξύ των διαφορετικών χαρακτήρων.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ας πουν όλα τα άτομα μια λέξη που να περιγράφει αυτό που βίωσαν.2. Ποιες είναι οι πρώτες σας εντυπώσεις από τη συζήτηση; Πώς αισθάνεσαι τώρα;3. Σας φάνηκε εύκολο/δύσκολο; Είναι παρόμοιο με τον πραγματικό σου χαρακτήρα; Συμφωνείτε μαζί τους;4. Θα μπορούσατε να συμπάσχετε με τους χαρακτήρες; Ποιον βρήκατε τον πιο κοντινό σε εσάς χαρακτήρα;5. Πώς ένιωσες παρακολουθώντας τη συζήτηση από τον εξωτερικό κύκλο; Πώς ήταν που δεν μπορούσατε να μοιραστείτε τις ιδέες σας; Θέλατε να συμμετάσχετε στη συζήτηση;6. Τι προσέξατε όταν παρακολουθούσατε από έξω; Τι ενδιαφέρον βρήκατε;7. Ποια ήταν τα πιο ρεαλιστικά σημεία της συζήτησης; Μπορείτε να σκεφτείτε καταστάσεις παρόμοιες που έχετε βιώσει ή δει στην πραγματική ζωή;8. Ποια ήταν τα σημεία όπου υπήρξε η μεγαλύτερη συμφωνία/διαφωνία; Γιατί είναι εύκολο/δύσκολο να συμφωνήσετε σε αυτά τα σημεία; Τι προκάλεσε τις συγκρούσεις;9. Ποιες θα μπορούσαν να είναι πιθανές λύσεις; Πώς μπορέσατε να καταλήξετε σε συμφωνία; Πώς θα μπορούσαν οι διαφορετικοί χαρακτήρες να συμβάλουν στην αποδοχή των λύσεων;
Υλικά	Στυλό, χαρτί, καρέκλες, τραπέζια

4.3. Αργή Μόδα: Φυσική Βαφή Κλωστοϋφαντουργικών Προϊόντων

Ομάδα στόχου	Νέα άτομα 18 – 30 ετών
Στόχοι	<p>Το εργαστήριο είναι αφιερωμένο στους όρους, τις τεχνικές και τα υλικά που εμπλέκονται στη διαδικασία φυσικής βαφής. Όλοι οι συμμετέχοντες θα μπορούν να σχεδιάζουν και να παράγουν δείγματα υφασμάτων ή/και κομμάτια ρούχων μέσω πρακτικών αργής μόδας.</p> <p>Οι συμμετέχοντες θα εξοικειωθούν με τη σημασία των βιώσιμων πρακτικών μόδας, την προέλευση της ιδέας της αργής μόδας και τις διαφορετικές έννοιές της: οικολογικό, ηθικό, βιώσιμο, ανακύκλωση</p>



FABLE

	<p>μόδας, δίκαιο εμπόριο κ.λπ. Θα αναπτυχθεί η δημιουργικότητα και η επιχειρηματική ικανότητα των συμμετεχόντων.</p>
Εκπαιδευτικά αποτελέσματα	<ul style="list-style-type: none"> • Κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου φυσικής βαφής, τα νέα άτομα θα μάθουν περισσότερα για τη βιώσιμη μόδα. • Θα έχουν το κίνητρο να προσέχουν και να προωθούν τη βιωσιμότητα στη μόδα και να λαμβάνουν υπεύθυνες αποφάσεις μόδας στην καθημερινή τους ζωή. • Θα μάθουν για διαφορετικά επαγγέλματα στη βιομηχανία της μόδας και θα σκεφτούν μια καριέρα σε αυτόν τον τομέα ή ακόμα και τις δικές τους επιχειρηματικές ιδέες σε αυτόν τον τομέα. • Κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου οι νέοι θα χρησιμοποιήσουν και θα τονώσουν τη δημιουργικότητά τους. • Η στάση απέναντι στην υπεύθυνη και βιώσιμη ζωή θα ενισχυθεί.
Περιεχόμενο	<p>Θεωρητικό μέρος: Παρουσίαση σε σχέση με τον αντίκτυπο της βιομηχανίας της μόδας στο περιβάλλον, τις οικολογικές και κοινωνικές συνέπειες. Παρουσίαση της ιδέας της άρνησης στον υπερκαταναλωτισμό και της έννοιας της "αργής μόδας". Παρουσίαση πρόβιομηχανικών πρακτικών παραγωγής, όπως βαφή κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και φυσικές πηγές βαφών.</p> <p>Πρακτική εξάσκηση με φυσική βαφή: Οι συμμετέχοντες θα συλλέξουν φυτικά υλικά για το βάψιμο και θα εξερευνήσουν τις ευκαιρίες εμφάνισης διαφορετικών χρωμάτων με φυσικές βαφές. Η μέθοδος συνδυάζει τη δημιουργική τεχνική, τη μάθηση με βάση την τέχνη και τη βιώσιμη μόδα.</p>
Μέρη που θα στηθούν τα G-Local Hubs	<p>Το εργαστήριο μπορεί να τοποθετηθεί σε οποιοδήποτε μέρος έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:</p> <ul style="list-style-type: none"> • να είναι εύκολα προσβάσιμο για την ομάδα-στόχο. • να προσφέρει μια χαλαρή και δημιουργική ατμόσφαιρα. • να έχει πρόσβαση σε ρεύμα (για 1 ή 2 εστίες) και τρεχούμενο νερό. <p>Ενδεικτικά, μπορεί να είναι γραφεία ή χώροι του οργανισμού και σχολεία.</p>
Οδηγίες για τους συντονιστές στο πώς να συλλέγουν τα υλικά	<p>Όλες οι βαφές διατίθενται σε νοικοκυριά ή καταστήματα. Μερικά από αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν αφού χρησιμοποιηθούν στο νοικοκυριό (καφές και μαύρο τσάι μετά την παρασκευή) ή είναι υπολείμματα μαγειρέματος (φλούδες κρεμμυδιών, φλούδες καρότου, υπολείμματα κόκκινου λάχανου). Στερεωτικά μπορείτε να αγοράσετε</p>



FABLE

	από αγροφαρμακείο, την αγορά ή κάποιο σχετικό κατάστημα προμηθειών. Τα υπολείμματα υφασμάτων είναι κομμάτια που δεν χρησιμοποιείτε. Στα μαγαζιά second hand, μπορείτε να βρείτε ρούχα από πολύτιμα υφάσματα.
Άλλες οδηγίες για τους συντονιστές	Τα υφάσματα με βάση την πρωτεΐνη (μετάξι, μαλλί) λειτουργούν καλύτερα με φυσικές βαφές. Ωστόσο, μερικές από τις βαφές είναι πραγματικά δυνατές (κουρκουμάς, βατόμουρα, ρίζες madder) και μπορούν να έχουν εντυπωσιακή επίδραση στο βαμβάκι.

4.3.1. Φυσική Βαφή Κλωστοϋφαντουργικών - Θεωρία

Στόχοι	Να γνωρίσουν τη θεωρία πίσω από την παλέτα χρωμάτων που προσφέρουν οι τοπικές φυσικές βαφές
Προετοιμασία	Προετοιμασία του θεωρητικού μέρους
Συνολική διάρκεια	30 λεπτά
Περιγραφή	Όσο διαρκεί η διαδικασία της σταθεροποίησης (δείτε παρακάτω), ο συντονιστής/τρια παρουσιάζει τη θεωρία.
Υλικά	Για την πρόσβαση στις διαφάνειες της παρουσίασης (βλ. Παράρτημα 1) χρειάζεται μια οθόνη, ένας υπολογιστής και ένας προβολέας.

4.3.2. Φυσική Βαφή Κλωστοϋφαντουργικών

Στόχοι	Να εξερευνήσουν την παλέτα που προσφέρουν οι τοπικές φυσικές βαφές και να την εφαρμόσουν σε κομμάτια υφασμάτων ή ρούχα
Προετοιμασία	Συλλογή υφασμάτων, σταθεροποιητών χρωμάτων και φυσικών στοιχείων για τις βαφές
Συνολική διάρκεια	2 ώρες
Περιγραφή	<ol style="list-style-type: none">1. Τα κλωστοϋφαντουργικά υλικά προετοιμάζονται για βαφή αφού πρώτα σταθεροποιηθούν με τους σταθεροποιητές για 30 λεπτά. Μια κουταλιά διπλού θειικού άλατος του καλίου-αργιλίου $[KAl(SO_4)_2]$ διαλύεται σε μια μεγάλη κατσαρόλα με βραστό νερό (5 λίτρα). Προστίθεται μια κουταλιά ξύδι. Το ύφασμα βυθίζεται, προδιαβρέχεται και βράζεται για 30 λεπτά.2. Όσο διαρκεί η διαδικασία, ο συντονιστής/τρια εξοικειώνει τους συμμετέχοντες με τη θεωρία.



FABLE

	<ol style="list-style-type: none">3. Τα κλωστοϋφαντουργικά υλικά πλένονται με νερό.4. Τα φυσικά υλικά για τις βαφές τοποθετούνται σε δοχεία με βραστό νερό. Το βράσιμο διαρκεί 10-20 λεπτά.5. <i>Προαιρετικά:</i> Οι υφαντικές ύλες επεξεργάζονται με διάφορες τεχνικές (tie-dye, shibori). Το Tie-dye συγκεντρώνει πολλές μικρές μερίδες υλικού μαζί και τις δένει σφιχτά με σπάγκο πριν βυθιστεί το ύφασμα στο λουτρό βαφής. Το Shibori είναι μια ιαπωνική χειροκίνητη τεχνική βαφής που χρησιμοποιείται σε υφάσματα για τη δημιουργία μοτίβων που απλώνονται άνισα στο ύφασμα. Δείτε περισσότερα στα βίντεο:<ul style="list-style-type: none">• https://www.seamwork.com/articles/shibori-dyeing• https://www.youtube.com/watch?v=32LggGhAzYc6. Τα κλωστοϋφαντουργικά κομμάτια τοποθετούνται στα δοχεία με βαφές. Όσο περισσότερο παραμένουν εκεί, τόσο πιο βαθιές αποχρώσεις θα έχετε.7. Οι υφαντικές ύλες αφαιρούνται, πλένονται με νερό και αφήνονται να στεγνώσουν.
Υλικά	<ul style="list-style-type: none">• Σκεύη και συσκευές παρασκευής χρωμάτων<ul style="list-style-type: none">○ 1 ή 2 εστίες○ 3-6 μεγάλες κατσαρόλες○ 5-6 μεγάλα δοχεία○ γάντια○ ποδιές○ μεγάλα ξύλινα κουτάλια○ κουτάλι της σούπας○ σχοινί○ λεκάνη (προαιρετικά)○ ξύλινα μανταλάκια για ρούχα○ τρεχούμενο νερό○ φυσικά κομμάτια υφασμάτων (κατά προτίμηση μετάξι, μαλλί, βαμβάκι)• Φυσικά υλικά για τις βαφές:<ul style="list-style-type: none">○ Φλούδες κρεμμυδιού κόκκινο και κίτρινο – <i>Allium cepa</i>○ Σουμάκ (μπαχαρικό) – <i>Rhus coriaria</i>○ Henna - <i>Lawsonia inermis</i>○ Μαύρα φασόλια - <i>Phaseolus vulgaris</i>○ Κουρκουμάς (μπαχαρικό) – <i>Curcuma longa</i>○ Ρίζες Madder – <i>Rubia tinctorum</i>○ Φύλλα τσαγιού (μεταχειρισμένα) - <i>Camellia sinensis</i>○ Chokeberries (φρούτα) - Αρώνια○ Κόκκινο λάχανο - <i>Brassica oleracea</i>



	<ul style="list-style-type: none"> • Σταθεροποιητικά χρωμάτων (επιλέγετε ένα από όλα): <ul style="list-style-type: none"> ○ Στυπτηρία - $KAl(SO_4)_2$ και Ξύδι ○ Θειικός χαλκός - $CuSO_4$ και Ξύδι ○ Θειικός σίδηρος - $FeSO_4$ και Ξύδι
--	---

4.4. Ανάλυση και Δράση για τη Βιώσιμη Μόδα

Ομάδα στόχου	Νέα άτομα 16 – 30 ετών.
Στόχοι	Οι συμμετέχοντες στοχάζονται κριτικά, εντοπίζουν βασικές πτυχές της βιώσιμης μόδας και ανταποκρίνονται με μια δράση (μια εκστρατεία ή/και ένα έργο κοινωνικής μόδας) που θα μπορούσε να τους ενδυναμώσει.
Εκπαιδευτικά αποτελέσματα	<ul style="list-style-type: none"> • Οι συμμετέχοντες εξοικειώνονται με τα κύρια κοινωνικο-οικονομικά και οικολογικά ζητήματα που σχετίζονται με τη βιομηχανία της μόδας. • Οι συμμετέχοντες προσδιορίζουν τι μπορεί να σημαίνει για αυτούς η βιώσιμη μόδα. • Οι συμμετέχοντες μαθαίνουν πώς να αναζητούν δεδομένα και πληροφορίες σχετικά με το θέμα της μόδας. • Οι συμμετέχοντες μαθαίνουν να δημιουργούν απλές δημιουργικές ιδέες καμπάνιας για το θέμα της μόδας. • Οι συμμετέχοντες πειραματίζονται με την ανάπτυξη απλών κοινωνικών και βιώσιμων επιχειρηματικών ιδεών και παρεμβάσεων μόδας.
Περιεχόμενο	Η συγκεκριμένη συνεδρία περιστρέφεται γύρω από την κριτική εξέταση της βιομηχανίας της μόδας και της βιώσιμης μόδας. Προσπαθεί να εξετάσει τις δομικές κοινωνικο-οικονομικές και οικολογικές πτυχές της μόδας και να προχωρήσει πέρα από το greenwashing. Αυτό επιτυγχάνεται μέσα από μια διαδικασία προβληματισμού, έρευνας και πειραματισμού για νέες ιδέες και δράσεις που σχετίζονται με την κοινωνική οικονομία και τη βιώσιμη μόδα. Χωρίζεται σε 3 δραστηριότητες (φάσεις) που θα μπορούσαν επίσης να χρησιμοποιηθούν μεμονωμένα ή σε συνδυασμό (δηλαδή 1&2, 1&3, 2&3) σε διαφορετικές συνεδρίες και καταστάσεις. Ο συνδυασμός και των 3 μαζί θα δώσει μια πιο ολιστική και ολοκληρωμένη άποψη για τις επιπτώσεις της μόδας, καθώς και τις ενέργειες που θα μπορούσαν να κάνουν οι τα νέα

FABLE

	άτομα για να αντιμετωπίσουν τις επιπτώσεις των μη βιώσιμων βιομηχανιών και πρακτικών μόδας.
Μέρη που θα στηθούν τα G-Local Hubs	Ένας κλειστός χώρος (ένα κέντρο εκπαίδευσης ή μια τάξη όπου θα μπορούσαν να μετακινηθούν εύκολα καρέκλες και τραπέζια). Είναι δυνατό να πραγματοποιηθεί η δραστηριότητα (ή μέρος αυτής) σε έναν υπαίθριο χώρο, ένα πάρκο ή μια πλατεία όπου οι συμμετέχοντες θα μπορούν να κυκλοφορούν, να έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, να καθίσουν και να χρησιμοποιήσουν τα υλικά.
Οδηγίες για τους συντονιστές στο πώς να συλλέγουν τα υλικά	<ul style="list-style-type: none">• Προσπαθήστε να επαναχρησιμοποιήσετε χάρτινα υλικά από προηγούμενες εκπαιδεύσεις• Κρατήστε ένα ξεχωριστό μέρος όπου θα μπορούσαν να αποθηκευτούν τα χρησιμοποιημένα υλικά και είτε επαναχρησιμοποιήστε τα είτε ανακυκλώστε τα μετά το εργαστήριο• Προσπαθήστε να χρησιμοποιείτε όσο το δυνατόν λιγότερα υλικά. Είναι δυνατό για την ομαδική εργασία και τις ομαδικές παρουσιάσεις, κάθε ομάδα να χρησιμοποιεί απλώς ένα χαρτί flipchart και μαρκαδόρους για να σχεδιάσει και να γράψει.
Άλλες οδηγίες για τους συντονιστές	<p>Το προτεινόμενο εργαστήριο θα μπορούσε να λειτουργήσει καλά με 1 συντονιστή/τρια και 10-15 συμμετέχοντες. Εάν υπάρχουν περισσότεροι συμμετέχοντες, θα ήταν χρήσιμο να συμπεριλάβετε περισσότερους συντονιστές και να κάνετε τις σχετικές ρυθμίσεις διαχείρισης χρόνου. Είναι επίσης δυνατό να διατίθενται αυτές οι δραστηριότητες ως μέρος μιας συνεχούς διαδικασίας προβληματισμού και δράσης στον δημιουργικό χώρο της νεολαίας (π.χ. τακτικές συζητήσεις για τα θέματα που εξετάζονται σε ένα κέντρο νεολαίας).</p> <p>Έχετε υπόψη σας τα διαφορετικά χαρακτηριστικά και τις ανάγκες των συμμετεχόντων σας, καθώς μπορεί να χρειαστεί να διαθέσετε περισσότερο χρόνο ή να απλοποιήσετε ορισμένες από τις προτάσεις που περιλαμβάνονται σε αυτό το εργαστήριο. Ιδανικά, αυτές οι δραστηριότητες, εκτός από την πρώτη, θα πρέπει να απευθύνονται σε φοιτητές πανεπιστημίου ή ηγέτες νέων που ενδιαφέρονται να βελτιώσουν τις αναλυτικές και οργανωτικές τους δεξιότητες.</p>

4.4.1. Η περίπτωση της μόδας: κοινωνικο-οικολογικές και οικονομικές πτυχές

Στόχοι	Οι συμμετέχοντες εξοικειώνονται με τα κύρια κοινωνικο-οικονομικά και οικολογικά ζητήματα που σχετίζονται με τη βιομηχανία της μόδας και προσδιορίζουν τι μπορεί να σημαίνει για αυτούς η βιώσιμη μόδα.
Προετοιμασία	Δεν απαιτείται ιδιαίτερη προετοιμασία. Θα ήταν ωραίο να έχετε συμμετέχοντες σε έναν φυσικό χώρο που να σχηματίζουν έναν κύκλο ή να εργάζονται σε ζευγάρια για κάθε ερώτηση. Η δραστηριότητα μπορεί να οργανωθεί σε ψηφιακό χώρο με ενεργοποιημένες τις κάμερες των συμμετεχόντων.
Συνολική διάρκεια	30 λεπτά - 45 λεπτά (για το πολύ 15 συμμετέχοντες)
Περιγραφή	<p>Ο συντονιστής χωρίζει τους συμμετέχοντες σε ζευγάρια (ή σε μεγαλύτερες ομάδες, εάν υπάρχουν περισσότεροι συμμετέχοντες) και θέτει τις ακόλουθες ερωτήσεις:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τι είναι η μόδα; Ποια είναι η γνώμη σου για τη μόδα; (3') • Τι είδους πιέσεις της βιομηχανίας της μόδας στο περιβάλλον, την κοινωνία και την οικονομία σας έρχονται στο μυαλό; (5') • Πώς θα μπορούσατε να ανταποκριθείτε σε αυτές τις προκλήσεις; Πώς θα μπορούσε η μόδα να είναι βιώσιμη; (5') <p>Στην ολομέλεια, κάθε ζευγάρι (ή ομάδα) αναφέρει τα κύρια σημεία της συζήτησής του και μαζί καταγράφουν ένα συλλογικό σύνολο ιδιοτήτων και πρακτικών που περιγράφουν τη βιώσιμη μόδα. Αυτές θα είναι οι κατευθυντήριες γραμμές τους για τη δουλειά τους στον δημιουργικό χώρο της νεολαίας (π.χ. χρήση λιγότερων φυσικών πόρων, ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, ηθικό εμπόριο κ.λπ.). Ανάλογα με το επίπεδο γνώσης και τεχνογνωσίας, οι συμμετέχοντες θα μπορούσαν να λάβουν εκ των προτέρων ένα σύνολο πληροφοριών και υλικού σχετικά με τη βιώσιμη μόδα (π.χ. άρθρα, βίντεο) ή να έχουν κοινή εμπειρία με τους συμμετέχοντες (π.χ. δείτε μια ταινία, διαβάστε ένα σχετικό βιβλίο). Δείτε τη λίστα των πηγών στην ενότητα Υλικά.</p>

FABLE

	<p>Σημείωση: Εάν αυτή είναι η αρχή μιας συνεδρίας και οι συμμετέχοντες δεν έχουν συναντηθεί ποτέ στο παρελθόν, ένα παιχνίδι που θα σπάσει πάγο ή ένα παιχνίδι ονομάτων μπορεί να είναι μια ακόμα καλύτερη επιλογή πριν από αυτή τη δραστηριότητα (π.χ. "μοιράστε το όνομά σας και εισαγάγετε στην ομάδα το αγαπημένο σας αντικείμενο μόδας").</p>
Υλικά	<ul style="list-style-type: none">• Χαρτί flipchart και μαρκαδόροι για την καταγραφή των απαντήσεων του συμμετέχοντος.• Πηγές για τη βιώσιμη μόδα:<ul style="list-style-type: none">• The True Cost: Who Pays the Real Price for YOUR Clothes Investigative Documentary https://www.youtube.com/watch?v=5-0zHqYGnlo&t=1545s• Fast fashion - The shady world of cheap clothing DW Documentary https://www.youtube.com/watch?v=YhPPP_w3kNo&t=9s• The Story of Microfibers https://www.youtube.com/watch?v=BqkekY5t7KY• The Story of Cosmetics https://www.youtube.com/watch?v=pfq000AF1i8&t=103s• Fashion Industry Environmental, Waste, and Recycle Statistics https://edgexpo.com/fashion-industry-waste-statistics/• Fashion & Textile Waste Statistics: Facts About Clothing In Landfills https://www.ecofriendlyhabits.com/textile-and-fashion-waste-statistics/• Why clothes are so hard to recycle https://www.bbc.com/future/article/20200710-why-clothes-a-re-so-hard-to-recycle• The Aftermath of Fast Fashion https://www.bu.edu/sph/news/articles/2022/the-aftermath-of-fast-fashion-how-discarded-clothes-impact-public-health-and-the-environment/• Fast Fashion Pollution and Climate Change https://earth.org/fast-fashion-pollution-and-climate-change/• Squeezing Us Dry: How The Fashion Industry Pollutes Water https://www.sustainably-chic.com/blog/how-the-fashion-industry-pollutes-water• Why Fast Fashion Is a Social Justice Issue



	<p>https://www.cfs.fashion/article/why-fast-fashion-is-a-social-justice-issue</p> <ul style="list-style-type: none"> The Environmental and Health Impacts of the Cosmetic Industry <p>https://earth.org/environmental-impacts-cosmetic-industry/</p>
--	---

4.4.2. Η περίπτωση της μόδας: ανάλυση

Στόχοι	Οι συμμετέχοντες μαθαίνουν πώς να αναζητούν δεδομένα και πληροφορίες σχετικά με το θέμα της μόδας, εξοικειώνονται με τα κύρια κοινωνικο-οικονομικά και οικολογικά ζητήματα που σχετίζονται με τη βιομηχανία της μόδας και προσδιορίζουν τι μπορεί να σημαίνει για αυτούς η βιώσιμη μόδα.
Προετοιμασία	Ο φυσικός ή ψηφιακός χώρος θα πρέπει να μπορεί να φιλοξενεί την ομαδική εργασία και την πρόσβαση στο Διαδίκτυο για τη συλλογή δεδομένων εάν χρειάζεται. Ο συντονιστής μπορεί επίσης να προετοιμάσει εκ των προτέρων χρήσιμες πηγές, όπως βίντεο και άρθρα, για να υποστηρίξει τη διαδικασία της ομαδικής εργασίας. Η πρώτη δραστηριότητα «Η περίπτωση της μόδας: κοινωνικο-οικολογικές και οικονομικές πτυχές» θα μπορούσε να είναι πολύ χρήσιμη για την προώθηση της γνώσης σχετικά με τα ζητήματα που αντιμετωπίζονται σε αυτή τη δραστηριότητα.
Συνολική διάρκεια	2 ώρα 30 λεπτά- 3 ώρες (έως 15 συμμετέχοντες)
Περιγραφή	Οι συμμετέχοντες χωρίζονται σε ομάδες των 4-5 ατόμων. Κάθε ομάδα θα περάσει από μια διαδικασία 3 βημάτων όπου θα τους ζητηθεί να σκεφτούν ως οικονομικοί γεωγράφοι, αναλυτές δεδομένων και κοινωνικοί καινοτόμοι βιωσιμότητας για να ερευνήσουν και να αναλύσουν τη βιομηχανία της μόδας καθώς και να εντοπίσουν προοπτικές για βιώσιμη μόδα. Κάθε ομάδα επιλέγει αντικείμενα μόδας που επιθυμεί να αναλύσει π.χ. ρούχα, κοσμήματα, καλλυντικά. Αυτά τα αντικείμενα μπορεί να είναι φανταστικά ή πραγματικά αντικείμενα που χρησιμοποιούν ή φορούν. Για να γίνει πιο διαφοροποιημένο, κάθε ομάδα θα μπορούσε να εργαστεί σε μια διαφορετική κατηγορία μόδας.

Βήμα 1. Οικονομικός γεωγράφος (45')

Κάθε ομάδα έχει να εξετάσει τις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Από πού και πώς προέρχονται τα είδη μόδας που σας ενδιαφέρουν (π.χ. ρούχα);
- Πού και πώς παράγονται και διανέμονται;
- Πού και πώς πωλούνται και καταναλώνονται;
- Πού πάνε όταν δεν μπορούν πλέον να χρησιμοποιηθούν;

Το πρότυπο «Γραμμική οικονομία: βιομηχανία μόδας» (Βλ. παράρτημα 2) θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για να καθοδηγήσει τους συμμετέχοντες και να συλλέξει τις απαντήσεις τους.

Στη συνέχεια, κάθε ομάδα δημιουργεί έναν χάρτη στο πρότυπο «Χαρτογράφηση: Βιομηχανία μόδας» (Βλ. παράρτημα 3) που δείχνει γεωγραφικά την προέλευση και τους προορισμούς των επιλεγμένων ειδών μόδας.

Βήμα 2. Αναλυτής δεδομένων (45'-60')

Κάθε ομάδα έχει να αναζητήσει συγκεκριμένα δεδομένα που σχετίζονται με τα επιλεγμένα είδη μόδας. Ακολουθούν ορισμένες κατευθυντήριες ερωτήσεις:

- Τι είδους υλικά και φυσικοί πόροι εξάγονται και χρησιμοποιούνται για την παραγωγή των επιλεγμένων ειδών μόδας;
- Ποιο είδος και ποσότητα ενέργειας χρησιμοποιείται για την εξόρυξη, την παραγωγή και τη μεταφορά τους;
- Ποια είναι η τυπική ποσότητα απορριμμάτων που σχετίζονται με τη μόδα και το είδος της μόδας που έχετε επιλέξει;
- Τι γίνεται με τις εκπομπές;
- Τι γίνεται με τα χημικά και το πλαστικό;
- Πώς παράγονται; Από ποιον και κάτω από τι είδους κοινωνικοοικονομικές συνθήκες; Τι γίνεται με τους μισθούς τους; Ποιος κερδίζει;

Το πρότυπο «Infographic: Βιομηχανία μόδας» (Βλ. παράρτημα 4) για να καθοδηγήσει αυτό το βήμα παρέχεται σε κάθε ομάδα. Κάθε ομάδα είναι ελεύθερη να αναζητήσει πληροφορίες και δεδομένα του δικού της ενδιαφέροντος. Θα μπορούσαν να παρέχονται εκ των προτέρων πηγές και υλικά που σχετίζονται με τα είδη μόδας.

Βήμα 3. Κοινωνική καινοτομία βιωσιμότητας (30'-45')

Κάθε ομάδα έχει να εντοπίσει, με βάση τις εμπειρίες και τις γνώσεις της, καλές πρακτικές που σχετίζονται με επιλεγμένα είδη μόδας. Ακολουθούν ορισμένες κατευθυντήριες ερωτήσεις:

FABLE

	<ul style="list-style-type: none">• Τι σημαίνει βιώσιμη μόδα; Πώς θα μπορούσατε να εντοπίσετε και να αποφύγετε το greenwashing;• Ποιες πρακτικές βιώσιμης μόδας γνωρίζετε;• Υπάρχουν βιώσιμες επωνυμίες που ακολουθείτε; Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των προϊόντων τους;• Υπάρχουν δημόσιες πρωτοβουλίες που αντιμετωπίζουν το θέμα της βιώσιμης μόδας σε σχέση με τα επιλεγμένα προϊόντα σας;• Τι γίνεται με τις παρεμβάσεις της κοινότητας που μπορεί να γνωρίζετε ή να συμμετέχετε; <p>Το πρότυπο «Καλές πρακτικές: Βιώσιμη Μόδα» (Βλ. παράρτημα 5) θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για την καθοδήγηση των συμμετεχόντων και τη συλλογή των απαντήσεών τους.</p> <p>Αφού τελειώσουν όλες οι ομάδες με τις εργασίες τους, κάθε ομάδα θα κάνει μια παρουσίαση 5 λεπτών για το τι έχει καταφέρει να συγκεντρώσει. Θα μπορούσε επίσης να υπάρχει χώρος για ενημέρωση, ανταλλαγή σχολίων και πρόσθετες συνεισφορές με βάση τον εκπαιδευτικό σχεδιασμό του συντονιστή. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι αυτή η δραστηριότητα θα προσφέρει στους συμμετέχοντες μια σταθερή βάση που είναι σημαντική για να προχωρήσουν στο επόμενο βήμα. Αυτή η δραστηριότητα θα μπορούσε επίσης να μείνει εκτός του εκπαιδευτικού προγράμματος, αλλά τα αποτελέσματα της επόμενης δραστηριότητας ενδέχεται να είναι λιγότερο ώριμα και ενημερωτικά.</p>
Υλικά	Αναποδογυρίστε χαρτιά flipchart, μαρκαδόρους, στυλό/μολύβια και σημειωματάρια, πρόσβαση στο διαδίκτυο και ψηφιακές συσκευές εάν χρειάζεται.

4.4.3. Η περίπτωση της μόδας: οικοδόμηση βιώσιμων εναλλακτικών λύσεων

Στόχοι	Οι συμμετέχοντες προσδιορίζουν τι μπορεί να σημαίνει για αυτούς η βιώσιμη μόδα, μαθαίνουν να δημιουργούν απλές δημιουργικές ιδέες καμπάνιας για το θέμα της μόδας, πειραματίζονται με την ανάπτυξη απλών κοινωνικών και βιώσιμων επιχειρηματικών ιδεών ή παρεμβάσεων μόδας.
--------	---



FABLE

Προετοιμασία	<p>Ο φυσικός ή ψηφιακός χώρος θα πρέπει να μπορεί να φιλοξενεί ομαδική εργασία και πρόσβαση στο Διαδίκτυο για τη συλλογή δεδομένων εάν χρειάζεται. Ο συντονιστής μπορεί επίσης να προετοιμάσει εκ των προτέρων χρήσιμες πηγές, όπως συνδέσμους και άρθρα, για να υποστηρίξει τη διαδικασία της ομαδικής εργασίας. Η εργασία από τις δύο προηγούμενες δραστηριότητες θα ήταν σημαντική για την οικοδόμηση των ιδεών τους.</p>
Συνολική διάρκεια	1.30 ώρα - ολόκληρη μέρα ή περισσότερο
Περιγραφή	<p>Οι συμμετέχοντες χωρίζονται σε μικρότερες ομάδες των 3-4 ατόμων. Κάθε ομάδα αποφασίζει πώς θέλει να προσεγγίσει το θέμα της βιώσιμης μόδας. Εάν επιθυμούν να δημιουργήσουν μια βιώσιμη και κοινωνική επιχειρηματική ιδέα που σχετίζεται με τη μόδα, θα αναλάβουν το ρόλο του «δημιουργικού επιχειρηματία». Εάν επιθυμούν να υποστηρίξουν τη βιωσιμότητα, τη δικαιοσύνη και την ισότητα στη μόδα, θα αναλάβουν το ρόλο του «ακτιβιστή».</p> <p>Οι <u>δημιουργικοί επιχειρηματίες</u> θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν τη δραστηριότητα και το πρότυπο του μαθήματος e-learning FABLE «Πώς να δημιουργήσετε μια βιώσιμη δημιουργική ή μόδα παρέμβαση!». Ανάλογα με τις δεξιότητες του εμπλεκόμενου συντονιστή και του οργανισμού που φιλοξενεί τη δραστηριότητα, η ομάδα θα μπορούσε να υποστηριχθεί περαιτέρω στην υλοποίηση της ιδέας της μέσω ενός προγράμματος καθοδήγησης (π.χ. κοινωνική θερμοκοιτίδα).</p> <p>Οι <u>ακτιβιστές</u> θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν το πρότυπο «Δράση για τη βιώσιμη μόδα» (βλ. Παράρτημα 6) για να σχεδιάσουν μια καμπάνια που θα μπορούσε να εφαρμοστεί περαιτέρω από την ομάδα ή να υποστηριχθεί από τον οργανισμό που φιλοξενεί τη δραστηριότητα.</p> <p>Θα πρέπει να εντοπίσουν βασικά μηνύματα, να συμπεριλάβουν αιτιολογήσεις, να σχηματίσουν το μήνυμά τους σύμφωνα με το κοινό-στόχο και να δημιουργήσουν μια καμπάνια με καλλιτεχνική μορφή χρησιμοποιώντας τη φαντασία και τη δημιουργικότητά τους. Θα μπορούσε να είναι ένα βίντεο, ένα θεατρικό έργο (π.χ. θέατρο φόρουμ/θέατρο δρόμου), μια έκθεση φωτογραφίας, μια ψηφιακή συλλογή υλικών, οτιδήποτε δημιουργικό και δυναμικό.</p>



FABLE

	<p>Κάθε ομάδα θα έχει περίπου 45-60 λεπτά για να επεξεργαστεί τις ιδέες της και στη συνέχεια να επιστρέψει για να παρουσιάσει τα αποτελέσματά της στην ολομέλεια. Θα μπορούσε επίσης να υπάρχει χώρος για ενημέρωση, ανταλλαγή σχολίων και πρόσθετες συνεισφορές με βάση τον εκπαιδευτικό σχεδιασμό του συντονιστή.</p> <p>Θα πρέπει να σημειωθεί ότι είναι δυνατό για μια ομάδα να αποφασίσει να ξεκινήσει μια συγκεκριμένη <u>κοινωνική παρέμβαση ως μέρος του ίδιου του G-local Hub</u>. Αυτό θα ήταν το απόλυτο βήμα ενδυνάμωσης για τους συμμετέχοντες. Τέτοιες παρεμβάσεις της κοινότητας θα μπορούσαν να είναι τακτικές ανταλλαγές ρούχων, κοινωνικά δημιουργικά εργαστήρια που σχετίζονται με τη μόδα (π.χ. καφετέριες επισκευής), βραδιές ταινιών αφιερωμένες στη μόδα, κοινωνικές πασαρέλες μόδας, κ.λπ. Θα πρέπει να ληφθούν υπόψη (π.χ. διαδικασίες λήψης αποφάσεων και επίλυση συγκρούσεων για ομάδες, σημαντικές επαφές και εταίροι, οικονομικοί και φυσικοί πόροι). Τόσο η διαδικασία όσο και τα πρότυπα που χρησιμοποιούνται θα ήταν χρήσιμα. Φυσικά, η πραγματική υλοποίηση αυτής της κοινωνικής παρέμβασης θα μπορούσε να γίνει πέρα από το πεδίο αυτής της ενιαίας δραστηριότητας.</p>
Υλικά	Αναποδογυρίστε χαρτιά flipchart, έγχρωμους μαρκαδόρους, στυλό/μολύβια και σημειωματάρια, πρόσβαση στο διαδίκτυο και ψηφιακές συσκευές εάν χρειάζεται.

4.5. Η φύση ως εργαστήριο για την κατασκευή αντικειμένων μόδας

Ομάδα στόχος	Νέοι μεταξύ 18 και 30 ετών
Στόχοι	Ενθάρρυνση μιας υπεύθυνης σχέσης με τη φύση μέσα από τη χρήση βιώσιμων υλικών, ενδυνάμωση νέων με τη συμβολή τους στην προστασία του περιβάλλοντος και προώθηση της αυτοπεποίθησης μέσα από τις κατασκευές.
Εκπαιδευτικά αποτελέσματα	<ul style="list-style-type: none">• Διεύρυνση κοινωνικών δεξιοτήτων όπως ο ομαδική εργασία και ο συλλογικός προβληματισμός.• Αναγνώριση των ευκαιριών και προσωπικών δεξιοτήτων.• Αίσθηση μέρους της ομάδας και μέλος της κοινωνίας.• Ανάπτυξη γνώσεων και δεξιοτήτων για την κατασκευή ενός κοσμήματος από φυσικά υλικά.• Ανάπτυξη δεξιοτήτων νεανικής επιχειρηματικότητας και πωλήσεων.



FABLE

	<ul style="list-style-type: none">• Ανάπτυξη αυτονομίας και οικολογικής συνείδησης.
Περιεχόμενο	<p>Αφορά τον συνδυασμό φυσικών υλικών με ανακυκλώσιμα προϊόντα για τη δημιουργία κοσμημάτων, αξεσουάρ κ.λπ.</p> <p>Περιλαμβάνει μια εκδρομή στο δάσος, την εξερεύνηση της τοποθεσίας και την αναζήτηση χρήσιμων φυσικών στοιχείων για τη δημιουργία χειροτεχνιών. Οι χειροτεχνίες θα δείχνουν την εκτίμηση του περιβάλλοντος, την σύνδεση των ανθρώπων με τη φύση, καθώς και τις εναλλακτικές, μοντέρνες και σύγχρονες δυνατότητες συμμετοχής. Μετά τη δημιουργία των κοσμημάτων, μπορεί να γίνει προσομοίωση πωλήσεων και προώθησης του προϊόντος.</p>
Ψ	<ul style="list-style-type: none">• Ιδανικά θα χρειαστεί μια επίσκεψη σε ένα φυσικό μέρος όπως είναι ένα δάσος.• Χώρος για χειροτεχνίες. Μπορεί να είναι ένας επαγγελματικός χώρος, όπως εργαστήριο κατασκευής κοσμημάτων. Εναλλακτικά, αν τα φυσικά υλικά μπορούν να υποβληθούν σε επεξεργασία σε εξωτερικούς χώρους, το εργαστήριο μπορεί να πραγματοποιηθεί στο μέρος που βρήκαν τα υλικά.• Μπορούν επίσης να προσφερθούν διαδικτυακά εργαστήρια για συμμετέχοντες όπου αντί να πάνε στο δάσος για να βρουν αντικείμενα, μπορούσαν να αναζητήσουν πράγματα στο σπίτι τους.
Οδηγίες για τους συντονιστές στο πώς να συλλέγουν τα υλικά	<ul style="list-style-type: none">• Οι διοργανωτές κάθε εργαστηρίου μπορούν να προσαρμόσουν την πρακτική δραστηριότητα ανάλογα με τις ανάγκες και τους διαθέσιμους πόρους. Θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν διαφορετικά υλικά για τη δημιουργία των κοσμημάτων.• Παρακαλούμε τηρήστε τις αρχές της βιωσιμότητας και της ανακύκλωσης:<ul style="list-style-type: none">○ Χρησιμοποιήστε μόνο φυσικά υλικά για το μεγαλύτερο μέρος του κοσμήματος και βεβαιωθείτε ότι είναι υλικά που μπορούν να αφαιρεθούν από τη φύση χωρίς να προκαλέσουν ζημιά. Μην κόψετε κλαδιά από το δέντρο ή φύλλα που εξακολουθούν να χρησιμεύουν ως βιότοπος ή τροφή για τα ζώα.○ Δημιουργήστε με επίγνωση των φυσικών αλληλεπιδράσεων.○ Χρησιμοποιήστε κορδέλες/κορδόνια από ανακυκλωμένα υλικά ή απορρίμματα που δεν τα χρειάζονται πλέον εταιρείες.



FABLE

Άλλες οδηγίες για τους συντονιστές	<ul style="list-style-type: none">• Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε κάποια βίντεο για τους συμμετέχοντες. Τα βίντεο θα μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν και να τα μοιραστούν με άλλα άτομα.• Οι δραστηριότητες μπορούν επίσης να πραγματοποιηθούν χωριστά και ανεξάρτητα η μία από την άλλη, καθώς και συνδυαστικά. Η ακριβής προσέγγιση αποφασίζεται τελικά από τους εκπαιδευτές, τους συμμετέχοντες, τις χωρικές δυνατότητες και τους πόρους.• Ο χρόνος που θα χρειαστεί για την ολοκλήρωση του εργαστηρίου μπορεί να διαφέρει ανάλογα την προσέγγιση που θα επιλεγεί, το χώρο, τα διαθέσιμα υλικά και τις τεχνικές που θα χρησιμοποιηθούν.
------------------------------------	--

4.5.1. Εκδρομή στη φύση για συλλογή φυσικών υλικών

Στόχοι	Ανάπτυξη ομάδας, οικολογική ευαισθητοποίηση, αναζήτηση και αναγνώριση φυσικών υλικών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για κατασκευές
Προετοιμασία	<ul style="list-style-type: none">• Υπολογίστε τη διάρκεια του ταξιδιού στο φυσικό μέρος που θέλετε να πάτε με την ομάδα (πχ. δάσος, μεγάλο δημόσιο πάρκο).• Προετοιμάστε το θεωρητικό μέρος και βρείτε τα βίντεο που είναι σχετικά με αυτό που θέλετε να κάνετε.• Επιλέξτε του συμμετέχοντες και στείλτε την πρόσκληση με το υλικό που πρέπει να δουν πριν την δραστηριότητα• Σκεφτείτε αν θα χρειαστείτε σνακ, νερούς, χυμούς• Δείτε μήπως χρειαστείτε επιπλέον άτομα να σας βοηθήσουν
Συνολική διάρκεια	Συνολική διάρκεια περ. 3 ώρες ανάλογα με τον χρόνο ταξιδιού
Περιγραφή	<p>Πριν φτάσουμε στον προορισμό</p> <ul style="list-style-type: none">• Χαιρετισμός των συμμετεχόντων πριν από την αναχώρηση στο σημείο συνάντησης• Ταξίδι στο δάσος. Το ταξίδι χρησιμοποιείται ως μια ευκαιρία για να σχηματιστεί η ομάδα.• Πρόσκληση παρατηρητικότητας στους συμμετέχοντες: Η ιδέα της ανακάλυψης μπορεί να συζητηθεί χρησιμοποιώντας ως πηγή πληροφόρησης τον περίγυρο. Πχ Παρατηρώ σκουπίδια στους δρόμους, ανθρώπους με καρτόνια για ψώνια, κάδους σκουπιδιών που ξεχειλίζουν, ανθρώπους που μαζεύουν τα σκουπίδια από τους δημόσιους κάδους απορριμμάτων και βγάζω συμπεράσματα/κάνω συζήτηση με την ομάδα.




FABLE

	<p>Αφού φτάσουμε στον προορισμό</p> <ul style="list-style-type: none">• Ρωτήστε για τις προσδοκίες και από πού προέρχεται το ενδιαφέρον για το θέμα.• Είναι καλή ιδέα να παίξετε ένα παιχνίδι γνωριμίας εάν τα άτομα της ομάδας δε γνωρίζονται μεταξύ τους. <p>Ξεκινώντας την ανίχνευση υλικών</p> <ul style="list-style-type: none">• Ζητείται από τους συμμετέχοντες να εξοικειωθούν με το μέρος, να περπατήσουν, να βρουν ένα μέρος και να γίνουν πιο προσεκτικοί. Είναι μια ευκαιρία να εκπαιδευτούν στην αισθητηριακή αντίληψη - ακοή, αίσθηση, όσφρηση, όραση.• Δώστε τους περίπου 10-15 λεπτά για να βρουν και να φέρουν 3 κομμάτια από τη βόλτα τους. Ψάχνουν για πράγματα που τραβούν την προσοχή τους χωρίς να το σκέφτονται πολύ. <p>Επιστροφή στην ομάδα.</p> <ul style="list-style-type: none">• Κάθε άτομο μπορεί να περιγράψει τι βρήκε και τι ήταν αυτό που τα έκανε να τα επιλέξουν.• Στη συνέχεια, δίνονται δύο κουτιά. Στο ένα κουτί το κάθε άτομο επιλέγει ένα από τα αντικείμενα, γράφει το όνομά του και τα βάζει μέσα. Στο άλλο αφήνει τα υπόλοιπα τα οποία θα μοιραστούν στους συμμετέχοντες σε περίπτωση που τελειώσουν με το ένα αντικείμενο και θέλουν να φτιάξουν κάτι άλλο. Τίποτα δε θα πάει χαμένο! <p>Συζήτηση</p> <ul style="list-style-type: none">• Συλλογή εντυπώσεων σε σχέση με τη διαδικασία.• Κάθε άτομο μπορεί να πει εν συντομία τι του άρεσε και τι θα μπορούσε να βελτιωθεί. <p>Επιστροφή ή σύντομο γεύμα και ξεκούραση στη φύση (ανάλογα που θα συνεχίσει η επόμενη δραστηριότητα).</p>
Υλικά	Αυτοκόλλητη ταινία, στυλό (για ετικέτες ονομάτων), δύο κουτιά, σνακ, νερά, χυμούς.



FABLE

4.5.2. Κατασκευή κοσμημάτων από φυσικά και ανακυκλώσιμα υλικά

Στόχοι	Να μαθουν να χρησιμοποιούν φυσικά υλικά για να φτιάξουν πράγματα που δεν είχαν φανταστεί και να αναπτύξουν την φαντασία τους και τη δεξιότητά τους στις χειροτεχνίες.
Προετοιμασία	Συλλογή υλικών που χρειάζονται για τις κατασκευές. Προετοιμασία του χώρου, παροχή του απαραίτητου εξοπλισμού ασφαλείας και των εργαλείων.
Συνολική διάρκεια	1 ώρα 30 λεπτά - μισή μέρα
Περιγραφή	<ol style="list-style-type: none">1. Ενημέρωση για την ασφάλεια.2. Εισαγωγή στη χρήση των απαιτούμενων εργαλείων.3. Σφίξιμο του φυσικού υλικού (πχ. πέτρα) στην αντίστοιχη συσκευή.4. Ανοίξτε μια μικρή τρύπα από την οποία αργότερα θα περάσετε το κορδόνι για το κολιέ.5. Τρίψτε τα κοσμήματα εάν χρειάζεται με το γυαλόχαρτο.6. Βάψιμο των κοσμημάτων αν θέλετε.7. Εάν υπάρχει, χρησιμοποιήστε διαφορετικές τεχνικές πλεξίματος για να φτιάξετε ένα κορδόνι (δείτε παρακάτω πηγές στα βίντεο).8. Περάστε το κορδόνι μέσα από την ανοιγμένη τρύπα.9. Κούμπωμα του κορδονιού (δείτε παρακάτω πηγές στα βίντεο).10. Προαιρετικά, μπορείτε να ράψετε σακουλάκια αποθήκευσης ή έχετε ήδη έτοιμες από άλλο εργαστήριο  <ul style="list-style-type: none">• Διπλώστε το ύφασμα και σημειώστε το επιθυμητό μέγεθος και κόψτε το.• Ξεδιπλώστε το κομμάτι ύφασμα και διπλώστε το τις δύο πάνω άκρες σε κάθε πλευρά προς τα έξω, έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα τούνελ και στις δύο άκρες.• Τοποθετήστε ξανά τις δύο πλευρές του υφάσματος μαζί και αυτή τη φορά ράψτε μαζί τις δύο άλλες πλευρές που είναι χωριστές, αλλά μόνο μέχρι τα σημεία που είναι τα “τούνελ” και θα μπει το κορδόνι περισφιξης.

FABLE

	<ul style="list-style-type: none">• Γυρίστε το τσαντάκι μέσα-έξω ώστε οι ραφές να μην φαίνονται.• Περάστε δύο ή ένα κορδόνι μέσα από τα “τούνελ” με μια παραμάννα.• Δέστε κόμπους στα κορδόνια.• Βάλτε το κόσμημα μέσα στο σακουλάκι και κλείστε το.• Είναι έτοιμο να γίνει δώρο στο αγαπημένο σας πρόσωπο!
Υλικά	<ul style="list-style-type: none">• Φυσικά υλικά όπως διαμορφωμένα κομμάτια ξύλου, κουκούτσια, ξηροί καρποί, καρποί δέντρων, πέτρες κ.λπ.• Κορδόνια• Μπρελόκ, εάν χρειάζονται• Μπογιά και πινέλα για βάψιμο ξύλου/πέτρες• Γυαλόχαρτο για ξύλο και πέτρες• Συσσκευή σύσφιξης• Τρυπάνια• Προστατευτικός εξοπλισμός (γυαλιά, γάντια, ποδιά) <p>Βίντεο:</p> <ul style="list-style-type: none">• DIY Cord - How to make a cord yourself German instructions https://www.youtube.com/watch?v=DSa0K9cbZ_I• How to tie the snake knot https://www.youtube.com/watch?v=n9LzgGVxEZY• Sliding knot adjustable - Bracelet necklace knot - 123 Rice https://www.youtube.com/watch?v=ds76V7DRZ6o <p>Πάρτε έμπνευση και ιδέες από άλλες πηγές:</p> <ul style="list-style-type: none">• https://www.liebenswert-magazin.de/steine-bemalen-die-wirkung-von-m-andala-steinen-2077.html• https://recyclingkunst.wordpress.com/2019/04/27/neue-ideen-zum-selb-ermachen-von-modeschmuck-aus-holz-und-materialresten/• https://tinyurl.com/yh7f8fc3• https://tinyurl.com/ycajje65

4.5.3. Προσομοίωση πωλήσεων

Στόχοι	Ανάπτυξη επικοινωνιακών δεξιοτήτων, ανάπτυξη δεξιοτήτων προώθησης και πώληση, ενδυνάμωση και αυτοπεποίθηση συμμετεχόντων.
Προετοιμασία	Δοκιμή ηλεκτρονικών συσκευών και ψηφιακών εργαλείων πριν χρησιμοποιηθούν. Συλλογή και παροχή των απαραίτητων υλικών.



FABLE

Συνολική διάρκεια	30 λεπτά - 1 ώρα
Περιγραφή	<p>Γίνεται παρουσίαση των κοσμημάτων που δημιουργήθηκαν ως πιθανά προϊόντα πώλησης. Οι συντονιστές δημιουργούν ένα νοητό χάρτη (mindmap) με θέμα: Τι σκέφτεστε όταν ακούτε τη λέξη «πώληση»;</p> <p>Οι ακόλουθες κατευθυντήριες ερωτήσεις μπορούν χρησιμοποιηθούν:</p> <ul style="list-style-type: none">- Πού αγοράζετε προϊόντα;- Πώς ενημερώνεστε για ορισμένα προϊόντα;- Τι ψωνίζετε;- Τι είναι σημαντικό για εσάς όταν πηγαίνετε για ψώνια; <p>Υπάρχει ένα παράδειγμα νοητικού χάρτη στο παράρτημα 7.</p> <p>Ο όρος "διαφήμιση" χρησιμοποιείται για να ενεργοποιήσει τους συμμετέχοντες να παρουσιάσουν τα δικά τους δημιουργήματα μέσα από διάφορους τρόπους, κανάλια εμπορίου και σημεία πώλησης</p> <ul style="list-style-type: none">• Παρουσίαση στο κατάστημα Οι συμμετέχοντες πρέπει να παρουσιάσουν τα κοσμήματά τους προς πώληση σε έναν χώρο καταστήματος. Είναι ελεύθεροι να αποφασίσουν πώς θα μοιάζει αυτή η παρουσίαση (π.χ. ξαπλωμένα, κρεμασμένα) και αν θέλουν να προσθέσουν μια περιγραφή στο προϊόν.• Παρουσίαση ως διαδικτυακή πώληση (π.χ. ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης) μέσω φωτογραφιών ή βίντεο Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να χρησιμοποιούν εφαρμογές όπως Stop Motion Studio, Canva, mysimpleshows ή παρόμοιες (σύνδεσμοι στις πηγές) για να δημιουργήσουν φωτογραφίες και βίντεο με τα κινητά τους τηλέφωνα στα οποία θα παρουσιάζουν το προϊόν τους. Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να δοκιμάσουν τις λειτουργίες των εφαρμογών. Συνιστάται να χρησιμοποιούν όλοι την ίδια εφαρμογή.• Παρουσίαση μέσω αφίσας Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να δημιουργήσουν μια διαφημιστική αφίσα για το προϊόν τους. Μπορούν να δημιουργήσουν συνθήματα ή/και περιγραφές. <p>Επιπλέον, μπορεί να συμπεριληφθεί και το ακόλουθο βήμα. Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να σκεφτούν την τιμή στην οποία θα προσέφεραν το προϊόν, όπως επίσης και να αντιληφθούν το πραγματικό κόστος κάποιων προϊόντων και πώς θα έπρεπε να υπολογίζεται. Οι ακόλουθες κατευθυντήριες ερωτήσεις μπορούν να βοηθήσουν:</p>



FABLE

	<ul style="list-style-type: none"> - Πόση δουλειά περιελάμβανε (σε ώρες ή λεπτά); - Πόσο υψηλό ήταν το κόστος των υλικών; - Τι υλικά χρησιμοποιήθηκαν και ποιο ήταν το πιθανό περιβαλλοντικό κόστος; - Τι θα πλήρωνα εγώ ο ίδιος σε χρήματα για αυτό το προϊόν;
Υλικά	<ul style="list-style-type: none"> • Το υλικό εξαρτάται από τη μορφή παρουσίασης που επιλέγεται. • Σπιτικά κοσμήματα, κινητά τηλέφωνα, σύνδεση στο διαδίκτυο, χαρτί, αφίσες, στυλό, δωμάτιο, κατάσταση, εφαρμογές. • Σύνδεσμοι προς τις εφαρμογές: <ul style="list-style-type: none"> - https://www.canva.com/de_de/herunterladen/android/ - https://www.cateater.com/ - https://simpleshow.com/plans/de/ • Οδηγίες για τις εφαρμογές: <ul style="list-style-type: none"> - https://www.youtube.com/watch?v=6pDL-FN0HLE - https://www.youtube.com/watch?v=gqgf8vP1XwY - https://www.youtube.com/watch?v=SS7JNNer9Vg - https://www.youtube.com/watch?v=2J9gZonUx8w

4.6. Ανακύκλωση και Επαναχρησιμοποίηση Ρούχων

Ομάδα στόχος	Νέα άτομα 18 – 30 ετών
Στόχοι	Το εργαστήριο βοηθάει τα νέα άτομα να αντιληφθούν γιατί η γρήγορη μόδα δεν είναι βιώσιμη και γιατί η αργή μόδα βοηθά στη διατήρηση των πόρων μας μέσα από πρακτική εφαρμογή μεταποίησης ρούχων. Επίσης, προωθεί τη σημασία των κοινωνικών διαδικασιών όπως το μοίρασμα των ρούχων για την ενδυνάμωση της κοινότητας και ανάδειξης νέων τύπων οικονομίας.
Εκπαιδευτικά αποτελέσματα	<ul style="list-style-type: none"> • Μαθαίνουν πως να επιδιορθώνουν, να αναδιαμορφώνουν και να αλλάζουν την χρήση ρούχων για να παρατείνεται η διάρκεια ζωής τους. • Αντιλαμβάνονται καλύτερα το θέμα της βιώσιμης μόδας. • Αναπτύσσουν δεξιότητες μοιράσματος, δημιουργικότητας και οικολογικής υπευθυνότητας.
Περιεχόμενο	Οι συμμετέχοντες φέρνουν τα δικά τους παλιά ρούχα και μετά από την παρουσίαση ενός θεωρητικού μέρους για την αντοχή των ρούχων, τη σημασία της επιδιόρθωσης και τους τρόπους συντήρησης ρούχων για να έχουν μεγαλύτερη διάρκεια, λαμβάνουν μέρος σε μια ανταλλαγή ρούχων (προαιρετικά). Μετά, ξεκινάει η διαδικασία εφαρμογής των επιδιορθώσεων ή αλλαγής στα ρούχα με τη χρήση ραπτομηχανής.



FABLE

Μέρη που θα στηθούν τα G-Local Hubs	Οποιαδήποτε τοποθεσία παρέχει αρκετό ελεύθερο χώρο στο τραπέζι και πρόσβαση σε ηλεκτρική ενέργεια εάν χρησιμοποιείται ραπτομηχανή.
Οδηγίες για τους συντονιστές στο πώς να συλλέγουν τα υλικά	Ακολουθήστε τις αρχές της βιωσιμότητας και της ανακύκλωσης. Για παράδειγμα, μπορείτε να φέρετε ρούχα και υφάσματα που διαφορετικά θα πετούσατε.
Άλλες οδηγίες για τους συντονιστές	Οι συμμετέχοντες με περισσότερες γνώσεις μπορεί να είναι χρήσιμοι στην καθοδήγηση συμμετεχόντων που δεν έχουν εμπειρία στο ράψιμο. Όσα άτομα τελειώνουν με τα δικά τους κομμάτια μπορούν να βοηθήσουν άλλους συμμετέχοντες ή μπορούν να χρησιμοποιήσουν υλικά που έχουν απομείνει για να φτιάξουν μικρότερα αντικείμενα όπως κοσμήματα ή διακοσμητικά χώρου.

4.6.1. Μπαζάρ Ρούχων

Στόχοι	Οι συμμετέχοντες ανταλλάσσουν και ανανεώνουν ρούχα μεταξύ τους, μαθαίνουν για τον κύκλο ζωής των ρούχων, τους φυσικούς πόρους, την ενέργεια που χρησιμοποιείται και τη σημασία την μείωσης κατανάλωσης νέων ρούχων.
Προετοιμασία	Προετοιμασία υλικού παρουσίασης (μπορεί να χρησιμοποιηθεί το ενημερωτικό υλικό από την δραστηριότητα 4.3.1. Φυσική Βαφή Κλωστοϋφαντουργικών - Θεωρία και 4.4.1. Η περίπτωση της μόδας: κοινωνικο-οικολογικές και οικονομικές πτυχές). Συλλογή ρούχων από τις προηγούμενες μέρες και τοποθέτησής τους σε αντίστοιχα σημεία για να κάνουν εύκολη την ανταλλαγή.
Συνολική διάρκεια	2-3 ώρες
Περιγραφή	<ul style="list-style-type: none">• Οι συμμετέχοντες φέρνουν τα δικά τους παλιά ρούχα• Θεωρητικό μέρος (30 λεπτά) για την αντοχή των ρούχων, τη σημασία της επιδιόρθωσης. Οι συμμετέχοντες ενημερώνονται για τα ζητήματα που αφορούν τη γρήγορη μόδα και πώς να προσέχουν για πιο ανθεκτικά ρούχα που διαρκούν για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα.• Συζήτηση με τους συμμετέχοντες• Ανταλλαγή ρούχων
Υλικά	Παλιά ρούχα των συμμετεχόντων, κρεμάστρες



4.6.2. Ράψιμο Ρούχων

Στόχοι	Ανάπτυξη οικολογικής συνείδησης, ενσυναίσθησης και κατανόησης ως προς του τι χρειάζεται για να δημιουργηθεί και μεταποιηθεί ένα ρούχο.
Προετοιμασία	Έλεγχος λειτουργίας ραπτομηχανών και προετοιμασία απαραίτητου εξοπλισμού ασφαλείας.
Συνολική διάρκεια	2 ώρες
Περιγραφή	<ul style="list-style-type: none"> • Εκπαίδευση ραπτικής (15-30 λεπτά) • Οι συμμετέχοντες προσδιορίζουν τις απαραίτητες επιδιορθώσεις και δημιουργούν σχέδια για το πώς να το πετύχουν με τη βοήθεια των ειδικών • Δραστηριότητες επιδιόρθωσης και ανανέωσης στα επιλεγμένα είδη ένδυσης • Παρουσίαση αποτελεσμάτων
Υλικά	Επιπλέον υφάσματα, κλωστές, κορδέλες, κουμπιά και πλαστικές ταινίες. Οι συμμετέχοντες μπορεί να θέλουν να ενσωματώσουν δικά τους υφάσματα/νήματα. Εργαλεία ραπτικής (βελόνες, καρφίτσες, κλωστή, ψαλίδι, χάρακες/ταινίες μέτρησης, ραπτομηχανή). Μολύβια και κιμωλία.

4.7. Βιώσιμη μόδα: Μάρκετινγκ και επικοινωνία

Ομάδα στόχος	Νέα άτομα 18-30 ετών
Στόχοι	Κατανόηση του τρόπου λειτουργίας της βιομηχανίας της μόδας γενικά: τα στάδια σχεδιασμού, παραγωγής και πώλησης, των επαγγελματιών που εμπλέκονται, τις ανάγκες για υλικά, εργατικό δυναμικό και χρηματικό κεφάλαιο, τις διάφορες μορφές εμπορίου και προσεγγίσεις βιώσιμης μόδας που μπορεί να είναι παραπλανητικές.
Εκπαιδευτικά αποτελέσματα	<p>Να γνωρίσουν τα διάφορα επαγγέλματα της μόδας και της επιχειρηματικότητας.</p> <p>Να αναπτύξουν κριτική σκέψη για τα διάφορα στοιχεία και τις φάσεις της βιώσιμης μόδας.</p> <p>Να προσδιορίσουν τις δικές τους δεξιότητες και προτιμήσεις σε σχέση με τα διαφορετικά επαγγέλματα της μόδας.</p> <p>Να συνηθίσουν στην ομαδική εργασία και το να είναι μέλος μιας κοινότητας.</p>
Περιεχόμενο	Περιλαμβάνει μια θεωρητική ανασκόπηση της παρούσας κατάστασης, των σταδίων, επαγγελμάτων, μορφών εμπορίου και προσεγγίσεις της βιώσιμης μόδας. Παρουσιάζεται μια μελέτη

FABLE

	περίπτωσης με την μορφή αφήγησης. Περιλαμβάνει ένα παιχνίδι ρόλου που εστιάζεται σε δραστηριότητες που σχετίζονται με το μάρκετινγκ και την επικοινωνία.
Μέρη που θα στηθούν τα G-Local Hubs	Θα είχε ενδιαφέρον να λάβουν χώρα σε μια τοποθεσία που αντιπροσωπεύει το αντίστοιχο βήμα στην αλυσίδα παραγωγής, εφόσον είναι ένα ασφαλές μέρος.
Άλλες οδηγίες για τους συντονιστές	Αντίστοιχο περιεχόμενο μπορεί να αναπτυχθεί και για άλλα στάδια της αλυσίδας παραγωγής που θα μπορούσαν να εμπνευστούν από τα προηγούμενα G-Local Hubs

4.7.1. Θεωρία και συζήτηση για την βιώσιμη μόδα: μάρκετινγκ και επικοινωνία

Στόχοι	<ul style="list-style-type: none">• Εξοικείωση με τη θεωρητική γνώση για τη βιώσιμη μόδα: τι είναι; ποιοι είναι οι κανονισμοί στην Ευρωπαϊκή Ένωση.• Εξοικείωση με τις διαφορετικές διαδικασίες και τα επαγγέλματα στην αλυσίδα παραγωγής.• Αναγνώριση των διαφορετικών ευκαιριών και περιορισμών που προσφέρει αυτός ο επαγγελματικός τομέας.• Ανάπτυξη κριτικής σκέψης για την βιώσιμη μόδα.
Προετοιμασία	Προετοιμασία του θεωρητικού μέρους με το άτομο που έχει εμπειρία στα θέματα βιώσιμης μόδας
Συνολική διάρκεια	1-1.5 ώρα
Περιγραφή	<p>Στο θεωρητικό μέρος παρουσιάζονται και συζητιούνται τα ακόλουθα σημεία:</p> <ul style="list-style-type: none">• Τι είναι η βιώσιμη μόδα;• Οικολογική ευαισθησία και ηθική• Καινοτόμα υλικά• Αφήγηση της μελέτης περίπτωσης• Ο μακρύς δρόμος προς την αειφορία• Κριτική σκέψη για τη βιώσιμη μόδα <p><i>Καθ' όλη τη διάρκεια της παρουσίασης, θα υπάρχουν ερωτήσεις και απαντήσεις σχετικά με τις θεωρητικές πτυχές, καθώς και προβληματισμοί σχετικά με τις προκλήσεις και τις προοπτικές μιας πιο βιώσιμης μόδας.</i></p>
Υλικά	Έντυπο ή ψηφιακό θεωρητικό υλικό: Παράρτημα 8 Θεωρία για τη Βιώσιμη Μόδα



4.7.2. Ένα παιχνίδι ρόλων

<p>Στόχοι</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Να εφαρμόσουν τη θεωρητική γνώση για τα διάφορα στάδια επικοινωνίας και μάρκετινγκ μέσω του παιχνιδιού ρόλων • Να αναπτύξουν στην ομάδα κριτική σκέψη και προβληματισμό • Να βιώσουν και να κατανοήσουν εκ των έσω τα διάφορα στάδια και τους επαγγελματίες που εμπλέκονται στις φάσεις μάρκετινγκ και επικοινωνίας • Να εργάζονται σε ομάδες, να συμμετέχουν, να παράγουν και να παρουσιάζουν ομαδικά αποτελέσματα • Να κατανοήσουν τις αρχές, τις ευκαιρίες και τα όρια της εργασίας σε αυτόν τον τομέα • Να προσδιορίσουν τις σταδιοδρομίες που ταιριάζουν καλύτερα στις δεξιότητες και τις ικανότητές τους
<p>Προετοιμασία</p>	<p>Σε περίπτωση που χρειαστεί να ορίσετε από την αρχή διαφορετικούς ρόλους και περιεχόμενο, θα πρέπει να γίνουν προπαρασκευαστικές συναντήσεις με τον εμπειρογνώμονα μόδας.</p>
<p>Συνολική διάρκεια</p>	<p>2 ώρες</p>
<p>Περιγραφή</p>	<p>Τα νέα άτομα θα πρέπει να αναπτύξουν και να παρουσιάσουν ένα έργο επικοινωνίας και μάρκετινγκ για ένα προκαθορισμένο πλασματικό προϊόν.</p> <p>Ο/η συντονιστής/τρια εξηγεί στους συμμετέχοντες τι περιέχει ένα σχέδιο μάρκετινγκ και επικοινωνίας, τους στόχους και τα διάφορα στάδια που απαιτούνται για την εκπόνησή του.</p> <p>Βήμα 1 - 10 λεπτά: Παρουσίαση της έννοιας και των κανόνων του παιχνιδιού ρόλων που θα χρησιμοποιηθούν και παρουσίαση των δύο προκαθορισμένων εικονικών προϊόντων που θα χρησιμοποιηθούν για το παιχνίδι, ένα προϊόν ανά ομάδα.</p> <p>Κάθε ομάδα θα πρέπει να χρησιμοποιήσει τις πληροφορίες που παρέχονται για να δημιουργήσει μια καμπάνια επικοινωνίας και μάρκετινγκ. Για την παρουσίαση μπορούν να δημιουργήσουν κάτι με ψηφιακά μέσα ή να ζωγραφίσουν ή απλά να παρουσιάσουν το σχέδιο χωρίς γραφική βοήθεια.</p> <p>Κάθε ομάδα θα έχει διαφορετικά στοιχεία (επικοινωνία ή μάρκετινγκ) και προϋπολογισμό για να σχεδιάσει την επικοινωνιακή καμπάνια με ρεαλιστικούς περιορισμούς.</p>

FABLE

	<p>Βήμα 2 - 15 λεπτά: Κατανομή των ομάδων εργασίας (3 νέα άτομα ανά ομάδα) και διανομή υλικού.</p> <p>Βήμα 3 - 45 - 60 λεπτά: Ομαδική εργασία</p> <p>Βήμα 4 - 20 λεπτά: Παρουσίαση ομαδικής εργασίας στην ολομέλεια, ομαδικοί προβληματισμοί για το παιχνίδι.</p>
Υλικά	<p>Κινητό τηλέφωνο, χαρτί, στυλό, κόλλα, ψαλίδι, εκτυπωτής, Παράρτημα 9: Ένα παιχνίδι ρόλων: μάρκετινγκ και επικοινωνία (ενδεικτικό υλικό για δύο ομάδες)</p>



FABLE

Φωτογραφικά στιγμιότυπα



Liberitutti Società
Cooperativa Sociale
Italy



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of its contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

FABLE



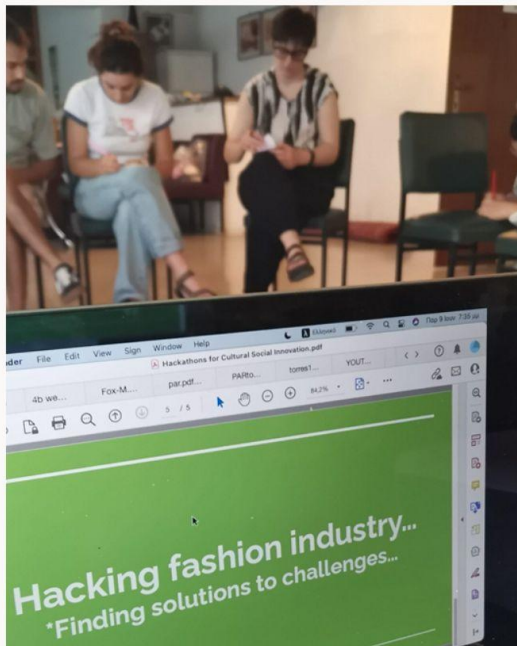
Asociación Caminos
Spain



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of its contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

FABLE



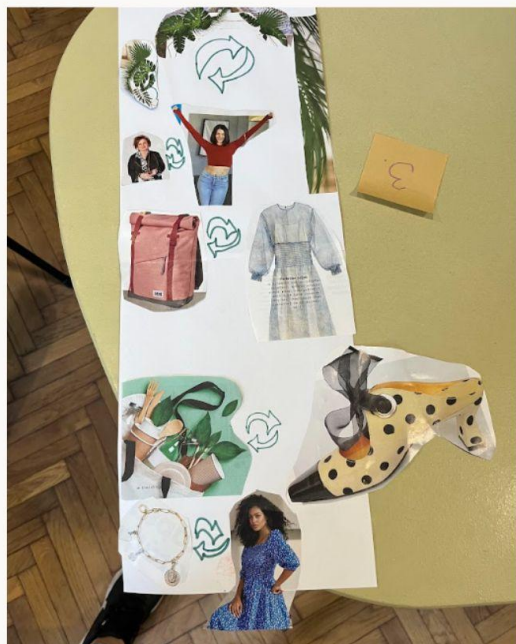
Inter Alia Greece



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of its contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

FABLE



ReCreativity Tarsadalmi Vallalkozas
Non-Profit KFT
Hungary



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of its contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

FABLE



Sozialwerk Dürener Christen
Germany

Παράρτηματα



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of its contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

FABLE

Παράρτημα 1 – [Παρουσίαση Sustainable Fashion and Natural Dyeing](https://shorturl.at/dsvyF)
<https://shorturl.at/dsvyF>

Παράρτημα 2 - Γραμμική οικονομία: βιομηχανία μόδας



Παράρτημα 3 - Χαρτογράφηση: Βιομηχανία μόδας

FABLE Χαρτογράφηση: Βιομηχανία μόδας

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Πώς να χαρτογραφήσετε τον κύκλο ζωής αυτού του προϊόντος

1. Σημειώστε την τρέχουσα τοποθεσία σας (αντιπροσωπεύει το σημείο που καταναλώνετε αυτήν τη στιγμή το αντικείμενο μόδας).
2. Σκεφτείτε πώς κατασκευάζεται και πού θα μπορούσαν να βρεθούν οι πόροι; Σημειώστε και αυτό το σημείο.
3. Πού παράγεται; Εάν εμπλέκονται πολλά μέρη στην παραγωγή, σημειώστε τα επίσης.
4. Πώς μεταφέρεται; Σημειώστε τις διαδρομές μεταφοράς.
5. Τι γίνεται με τα απορρίμματα; Σημειώστε επίσης τον προορισμό τους.
6. Συνδέστε τις διαδρομές για να είναι ορατές στον χάρτη.
7. Τι παρατηρείτε;



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of its contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

FABLE

Παράρτημα 4 - Infographic: Βιομηχανία μόδας

FABLE **Infographic: Fashion industry** 



Χρήση υλικών
Χρήση νερού
Χρήση ενέργειας
Μικρολαστικά
Χημικά
Εκπομπές CO₂
Απορρίμματα

Συνθήκες εργασίας, παιδική εργασία, έμφυλη εκμετάλλευση, μισθολογική ανισότητα

- Αναζητήστε δεδομένα που περιγράφουν σημαντικές πτυχές που σχετίζονται με τη βιομηχανία της μόδας.
- Θα μπορούσατε να διαβάσετε τα διαθέσιμα υλικά που σας έχουν παρασχεθεί ή να χρησιμοποιήσετε ψηφιακές συσκευές για να αναζητήσετε πληροφορίες.
- Θα μπορούσατε να χρησιμοποιήσετε πλατφόρμες δεδομένων, άρθρα και αναφορές από σχετικούς οργανισμούς.
- Δημιουργήστε ένα infographic για να παρουσιάσετε τα ευρήματά σας

Παράρτημα 5 - Καλές πρακτικές: Βιώσιμη Μόδα

FABLE **Καλές πρακτικές: Βιώσιμη Μόδα** 

Ιδιωτικές πρωτοβουλίες και πρακτικές

Δημόσιες πρωτοβουλίες και πρακτικές


Κοινοτικές πρωτοβουλίες και πρακτικές

Με βάση τις γνώσεις και την εμπειρία σας, υπάρχουν τοπικές ή εθνικές πρωτοβουλίες (ιδιωτικές, δημόσιες, κοινές) που φαίνεται να συνάδουν με τις αρχές σας για τη βιώσιμη μόδα; Ιδιωτικές, δημόσιες και κοινοτικές πρωτοβουλίες οργανώνονται και διαχειρίζονται ιδιωτικές εταιρείες, το κράτος και η κοινότητα, αντίστοιχα, με σεβασμό.




FABLE

Παράρτημα 6 - Δράση για τη βιώσιμη μόδα



Δράση για τη βιώσιμη μόδα



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2. ΟΜΑΔΑ ΣΤΟΧΟΣ

Ποιους θέλετε να προσεγγίσετε, να επηρεάσετε τις αντιλήψεις και τις στάσεις τους;

3. ΒΑΣΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

Τι θέλετε να σκεφτεί, να μάθει, να κατανοήσει σε βάθος η ομάδα-στόχος σας;

4. ΤΥΠΟΣ ΔΡΑΣΗΣ


Πώς σκοπεύετε να το κάνετε αυτό;

1. ΣΤΟΧΟΣ

Τι θέλετε να πετύχετε με την καμπάνια σας;

5. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Πώς σχεδιάζετε να προσεγγίσετε την ομάδα-στόχο σας;

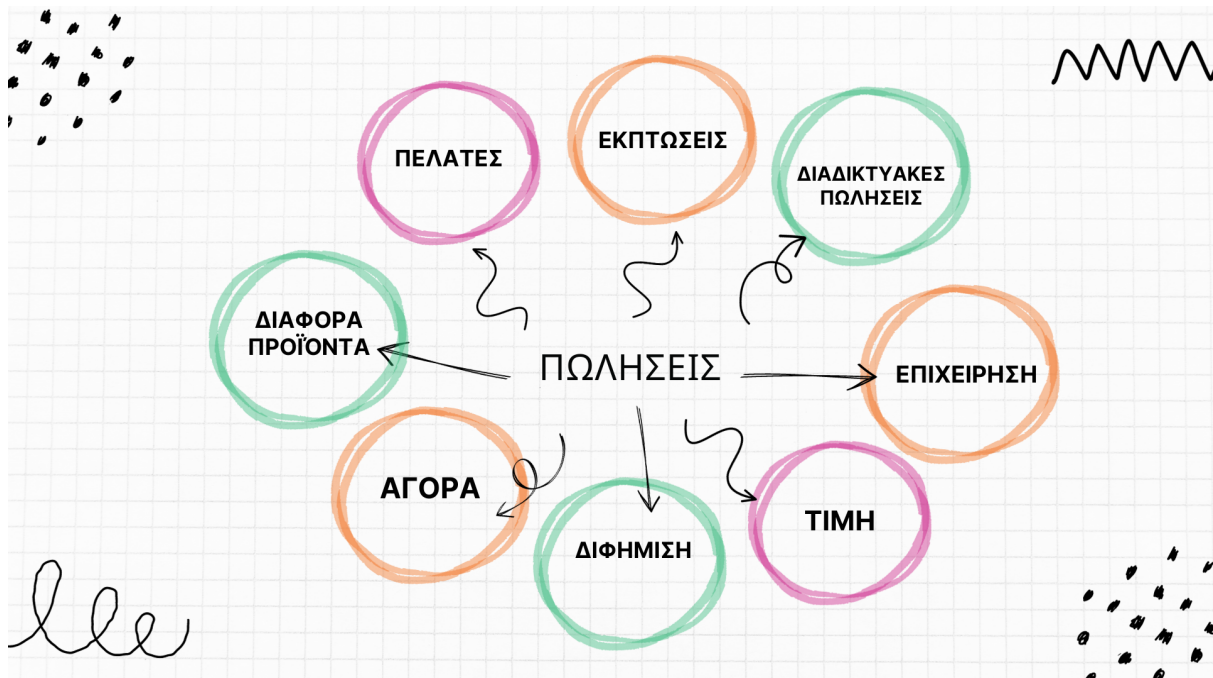


TAKE ACTION

6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ & ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ

Πώς σκοπεύετε να αξιολογήσετε την αποτελεσματικότητα της καμπάνιας σας, Ποια θα ήταν τα επόμενα βήματα;

Παράρτημα 7 - Νοητός χάρτης (mindmap)



Παράρτημα 8 - Θεωρία για τη Βιώσιμη Μόδα

Παράρτημα 8.1 - Τι είναι βιώσιμη μόδα

3 ΘΕΩΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΜΟΔΑ

CHIARA TURBIGLIO
ΕΙΔΙΚΗ ΜΟΔΑΣ,
LT FACTORY

ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΜΟΔΑ

Η βιώσιμη μόδα λαμβάνει υπόψη το περιβάλλον και την κοινωνία σε όλες τις παραγωγικές φάσεις της, από το σχεδιασμό του προϊόντος έως την παραγωγή, από τη διανομή έως την πώληση. Μια εταιρεία βιώσιμης μόδας ενδιαφέρεται για το περιβάλλον, τους ανθρώπους και την ευημερία τους με την οικολογική, οικονομική και κοινωνική έννοια.

FABLE Grant 2021-J-1703-KA220-T0U-000028607
ONG Co-funded by the Erasmus Programme of the European Union LIBERITUTTI

Παράρτημα 8.2 - Οικολογική ευαισθητοποίηση και ηθική

ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΗΘΙΚΗ
ως καταναλωτές

Η υπεύθυνη κατανάλωση μπορεί να έχει πλεονεκτήματα σε σχέση με τη συμβατική κατανάλωση:

- Λιγότερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις.
- Περισσότερη πίεση στις εταιρείες για τη βελτίωση των συνθηκών των εργαζομένων.
- Περισσότερη καινοτομία.
- Λιγότερη υπερκατανάλωση και της υπερπαραγωγή.
- Ευαισθητοποιεί περισσότερο την κοινωνία.

Αγοράστε λιγότερα.
Αγοράστε καλύτερα.

Επιλέξτε πιστοποιημένα υλικά με λιγότερο νερό και λιγότερα χημικά: το μαλλί, το μετάξι, το βαμβάκι, δεν είναι όλα ίδια!
Αποφύγετε τον πολυεστέρα.

Ελέγξτε τη σύνθεση των ενδυμάτων
Επιλέξτε εναλλακτικά υλικά από το δέρμα

Επιλέξτε βιώσιμους και ηθικούς παραγωγούς
Φροντίστε τα ρούχα σας

Χρησιμοποιήστε φίλτρα πλυντηρίου ρούχων.
Επενδύστε σε vintage και second hand.
Προτιμήστε την ενοικίαση.

Παράρτημα 8.3 - Καινοτόμα υλικά

Δεδομένου ότι η κατασκευή και η επεξεργασία υλικών αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μέρος του αποτυπώματος άνθρακα της μόδας, η βιομηχανία έχει επικεντρωθεί στην καινοτομία στην κλωστοϋφαντουργία.

Μόλις φέτος, η Stella McCartney λάνσαρε την πρώτη της τσάντα φτιαγμένη με Mylo, ένα εναλλακτικό δέρμα από ρίζες μανιταριών. Η Zara, από την άλλη πλευρά, παρουσίασε τα πρώτα της προϊόντα στο LanzaTech, ένα υλικό δεσμευσης άνθρακα, ενώ η Kering, ο διεθνής όμιλος που κατέχει την Gucci, έχει επενδύσει στη νεοφυή εταιρεία VitroLabs, η οποία αναπτύσσει δέρμα εργαστηριακής καλλιέργειας.

Υπήρξε επίσης μια ισχυρή ώθηση προς την ανάπτυξη ανακυκλωμένων υφασμάτων η οποία αποτέλεσε σημαντική πρόκληση για τη βιομηχανία. Συχνά, τα ανακυκλωμένα υλικά που χρησιμοποιούνται στη μόδα προέρχονται από απόβλητα παραγωγής ή από άλλες βιομηχανίες. Τα πλαστικά μπουκάλια είναι ένα από τα κύρια παραδείγματα που όμως χρειάζεται προσοχή γιατί κατά τη διάρκεια του πλυσίματος των ρούχων κομμάτια από πλαστικό μπορούν να πάνε στον υδροφόρο ορίζοντα.

Επίσης, οι εναλλακτικές λύσεις βιολογικής βάσης αντί των συνθετικών υλικών αυξάνονται. Ένα παράδειγμα είναι το Clarus το οποίο εκμεταλλεύεται τις δυνατότητες των φυσικών ινών και το Kintra, ένας πλήρως βιοδιασπώμενος πολυεστέρας από καλαμπόκι. Και εδώ, βέβαια, χρειάζεται προσοχή γιατί τέτοιες πρακτικές μπορούν να οδηγήσουν σε μονοκαλλιέργεια δημιουργώντας και επιδεινώνοντας τα κοινωνικά και οικολογικά προβλήματα.

ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΥΛΙΚΑ



Δερμάτινες εναλλακτικές

Mylo - Χρησιμοποιείται από τη Stella McCartney, την Adidas, την Kering και την Lululemon, το Mylo είναι ένα «μη δέρμα» που παράγεται από μυκήλιο, τη ρίζα του μύκητα. Μεγάλα φύλλα μαλακού αφρού κατασκευάζονται από κύτταρα μυκήτων και στη συνέχεια υποβάλλονται στην κανονική διαδικασία μαυρίσματος των δερμάτων ζώων. Ενώ είναι κατασκευασμένο κυρίως από οργανικά υλικά, το Mylo δεν είναι εντελώς απαλλαγμένο από πλαστικό, αλλά ο στόχος είναι να εξαλειφθεί εντελώς το συνθετικό περιεχόμενο.

Reishi - Όπως το Mylo, το υλικό Reishi από την αμερικανική εταιρεία βιοτεχνολογίας MycoWorks είναι επίσης κατασκευασμένο από φύλλα μυκηλίου, κατασκευασμένα από ειδικά κατασκευασμένα κύτταρα που τροφοδοτούνται με γεωργικά απόβλητα. Στη συνέχεια, τα φύλλα υποβάλλονται σε επεξεργασία με μια διαδικασία μαυρίσματος χωρίς χρώμο, χωρίς τη χρήση συνθετικών υλικών. Πέρσι, η MycoWorks παρουσίασε τα πρώτα της προϊόντα με την Hermès και, τον Ιανουάριο, εξασφάλισε 125 εκατομμύρια δολάρια σε χρηματοδότηση για την ανάπτυξη αυτού του υλικού.

Myrum - Δημιουργήθηκε από την Natural Fiber Welding και είναι μια μη πλαστική εναλλακτική του δέρματος που παράγεται από φυτά και ορμητά. Σύμφωνα με την αμερικανική εταιρεία, το υλικό μπορεί να ανακυκλώνεται επ' αόριστον και επομένως είναι εντελώς κυκλικό. Η New Zealand-American Allbirds και η Ερετανική Pangala είναι από τις πρώτες μάρκες που εφτίαξαν προϊόντα με αυτό το υλικό αλλά ο Ralph Lauren έχει επίσης επενδύσει στην εταιρεία.

Piñatex - Ένα από τα πρώτα εναλλακτικά δέρματα που εμφανίστηκαν στην αγορά, το Piñatex, φτιαγμένο από υπολείμματα ανανά, έχει υιοθετηθεί από μάρκες όπως η H&M και η Hugo Boss. Επί του παρόντος, αυτό το vegan δέρμα περιέχει επίσης ένα πλαστικό βιολογικής βάσης, το PLA, και έχει φινιρίσμα με επίστρωση PU (υλικό πολυουρεθάνης) που εξασφαλίζει μεγαλύτερη ανθεκτικότητα.

ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΥΛΙΚΑ

Vegea - Ένας άλλος τύπος δέρματος με βάση τα φυτά είναι το Vegea, φτιαγμένο από υπολείμματα σταφυλιών από τη βιομηχανία κρασιού. Αφού κέρδισε το βραβείο Global Change του Ιδρύματος H&M το 2017, το υλικό (60% είναι PU) επιλέχθηκε από μάρκες όπως οι Ganni, Pangala και Calvin Klein.

Vitro Labs - Το δέρμα που κατασκευάζεται στο εργαστήριο από τη VitroLabs παράγεται χρησιμοποιώντας πολύ λίγα ζωικά κύτταρα, αλλά αντιγράφει την εμφάνιση και την αίσθηση του παραδοσιακού δέρματος. Νωρίτερα φέτος η startup συγκέντρωσε χρηματοδότηση 46 εκατομμυρίων δολαρίων με την Kering μεταξύ των επενδυτών της.

Ανακυκλωμένα υφάσματα

Circulose - Το υλικό Circulose της Swedish Renewcell παράγεται χρησιμοποιώντας μόνο πεταμένα ρούχα. Χρησιμοποιώντας ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, το βαμβάκι που περιέχεται στα ρούχα εξάγεται και διαλύεται σε ξυλοπολτό, πριν μετατραπεί σε ένα είδος βισκόζης. Η H&M ήταν η πρώτη μάρκα που κυκλοφόρησε ένα προϊόν κατασκευασμένο με Circulose το 2020, ενώ η Levi's χρησιμοποίησε το ύφασμα νωρίτερα το 2023 για το εμβληματικό τζιν 501.

NuCycl - Κατασκευασμένο από 100% ανακυκλωμένα ρούχα, το υλικό NuCycl του αμερικανικού Evrnu αποτελείται κυρίως από απορρίμματα βαμβακιού μετά την κατανάλωση. Αυτό το πλήρως ανακυκλωμένο ύφασμα έχει ήδη χρησιμοποιηθεί από τη Stella McCartney το 2019 για το Infinite Hoodie της, που κατασκευάστηκε σε συνεργασία με την Adidas.

ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΥΛΙΚΑ

Υφάσματα βιολογικής βάσης

Kintra - Η εύρεση μιας 100% βιολογικής εναλλακτικής λύσης στα συνθετικά υλικά όπως ο πολυεστέρας και το νάιλον είναι ένα κρίσιμο βήμα για το μέλλον της βιομηχανίας. Φτιαγμένο με σάκχαρα που προέρχονται από καλαμπόκι και σιτάρι, το Kintra είναι μια από τις πιο πρόσφατες καινοτομίες που καλύπτουν αυτό το κενό. Η ομώνυμη εταιρεία που το παράγει έχει συνάψει συνεργασία με την Pangaia για να αναπτύξει και να κάνει πιο αποτελεσματική μια βιοδιασπώμενη εναλλακτική λύση του παραδοσιακού πολυεστέρα.

Clarus - Η τεχνολογία Clarus Natural Fiber Welding μετατρέπει τις φυσικές ίνες όπως το βαμβάκι, τη κάνναβη και το μαλλί σε υφάσματα υψηλής απόδοσης με τις ίδιες ιδιότητες με τα συνθετικά υλικά. Στις αρχές του 2022, ο Ralph Lauren κυκλοφόρησε τα πρώτα του μπλουζάκια πόλο χρησιμοποιώντας αυτή την καινοτόμο ίνα.

Υλικά αρνητικού αποτυπώματος άνθρακα

Air Carbon - Το υλικό AirCarbon της Newlight Technologies είναι αρνητικό άνθρακα, που σημαίνει ότι απορροφά CO2 από την ατμόσφαιρα. Αυτή η εναλλακτική λύση στο δέρμα δημιουργείται με την αναπαραγωγή μιας διαδικασίας που συμβαίνει στη φύση: οι θαλάσσιοι οργανισμοί είναι στην πραγματικότητα ικανοί να μετατρέψουν το μεθάνιο και το διοξείδιο του άνθρακα σε βιοδιασπώμενο μόριο. Πέρσι, η εταιρεία ανακοίνωσε συνεργασία με τη Nike.

LanzaTech - Μια άλλη εταιρεία που έχει αναπτύξει υλικό δέσμευσης άνθρακα είναι η LanzaTech, η οποία μετατρέπει τις εκπομπές από χαλυβουργεία σε μια μορφή αιθανόλης, η οποία στη συνέχεια περιστρέφεται σε πολυεστερικό νήμα. Η Zara λάνσαρε 2023 τα πρώτα της ενδύματα που κατασκευάζονται με αυτήν την τεχνολογία (παρασκευάστηκαν με 20% εκπομπές άνθρακα, τα υπόλοιπα σε πολυεστέρα). Το 2021, η Lululemon συνεργάστηκε επίσης με τη LanzaTech.

ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΥΛΙΚΑ



ΑΦΗΓΗΣΗ - ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Η βασική ιδέα της Chloé Vertical:

Το να ψάχνεις για το δικό σου ρούχο ή αξεσουάρ σε βοηθάει να μάθεις την ιστορία του βήμα προς βήμα.

Η Chloé Vertical κατέστησε δυνατή την αξιολόγηση των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και των ρούχων στον κόσμο. Σε συνεργασία με τον αγροτικό συνεταιρισμό Terre de Lin, δημιουργήθηκε ένα ψηφιακό διαβατήριο για τα ρούχα. Μπορείτε να ανακαλύψετε, για παράδειγμα, ότι το λινό που χρησιμοποιείται για τα ρούχα που είναι έτοιμα προς αγορά προέρχονται από τη Νορμανδία και καλλιεργούνται με γεωργικές διαδικασίες χαμηλού αντίκτυπου. Η καλλιέργεια λινναριού εκπέμπει λιγότερα αέρια θερμοκηπίου, χρησιμοποιεί λιγότερα φυτοφάρμακα και απαιτεί λιγότερο νερό από άλλες συμβατικές φυσικές ίνες, γι' αυτό και θεωρείται φυσικό υλικό χαμηλών επιπτώσεων.

Το μετάξι που χρησιμοποιείται είναι πιστοποιημένο από το Παγκόσμιο Πρότυπο Οργανικής Κλωστοϋφαντουργίας (ΓΚΤΣ). Το μαλλί έρχεται στην Ιταλία κατευθείαν από την οικογενειακή φάρμα της Gabriela Hearst που είναι η καλλιτεχνική διευθύντρια στην Ουρουγουάη.

Η επισκευή σημαίνει φροντίδα! Σε περίπτωση ζημιάς του ενδύματος ή του αξεσουάρ, ο πιο βιώσιμος τρόπος είναι να το επισκευάσετε: ένας σύνδεσμος από το ψηφιακό διαβατήριο θα οδηγήσει τους πελάτες στην εξυπηρέτηση πελατών και στην πλατφόρμα που είναι αφιερωμένη στις επισκευές με πολλές λεπτομερείς πληροφορίες για το πώς να φροντίζουν καλύτερα τα ρούχα τους και παρατείνουν τη διάρκεια ζωής των προϊόντων. Όταν ο πελάτης αποφασίζει να πετάξει την τσάντα του, το ζευγάρι παπούτσια ή τα ρούχα του, η Chloé έχει μια βιώσιμη και κυκλική επιλογή, δηλαδή τη μεταπώληση.

CHLOE ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟ VESTIAIRE COLLECTIVE

Το τελευταίο στάδιο ζωής του προϊόντος αφορά την μεταπώλησή του σε πλατφόρμες με μεταχειρισμένα. Χάρη στο ψηφιακό διαβατήριο, κάθε ένδυμα και αξεσουάρ θα φέρει πάντα ένα πιστοποιητικό στον κωδικό QR που θα επιτρέπει απευθείας μεταπώληση μέσω της Vestiaire Collective.

"Δεν έχουμε τους ακριβείς αριθμούς - εξηγούν στο Chloé - αλλά έχουμε καλά αποτελέσματα σε μεταχειρισμένες πλατφόρμες όπως η Vestiaire Collective. Είναι μια ευκαιρία να προσφέρουμε μια νέα υπηρεσία στους πελάτες μας και να στρέψουμε περισσότερους πελάτες στη μεταπώληση. Τέλος, αυτό το έργο μας επιτρέπει να συλλέγουμε πολύτιμα δεδομένα για τον κύκλο ζωής των προϊόντων μας χάρη στην ψηφιακή τους ταυτότητα».

«Νομίζω ότι μέσα σε 5 χρόνια όλα τα ρούχα και τα αξεσουάρ μόδας θα μπορούν να διαθέτουν ψηφιακό διαβατήριο. Ο απώτερος στόχος του οποίου είναι να δώσει τη δυνατότητα στους πελάτες να κάνουν βιώσιμες και ενημερωμένες επιλογές αγορών. Να απαιτούν όλο και περισσότερη διαφάνεια».

Παράρτημα 8.5 - Ο μακρύς δρόμος για τη βιωσιμότητα

Ο μακρύς δρόμος προς τη βιωσιμότητα

- 01.**

Οι θεσμοί, οι αγορές και οι κοινωνίες πρέπει παγκοσμίως να κινηθούν προς μια βιώσιμη μετάβαση. Οι διεθνείς θεσμικοί φορείς πρέπει να ενεργούν ως οι κύριοι μοχλοί της αλλαγής. Η ΕΕ βρίσκεται επιχειρεί να τροφοδοτήσει μια τέτοια τη μετάβαση μέσω της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας.
- 02.**

Η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία στοχεύει να ξεπεράσει το **greenwashing**, χρησιμοποιώντας νέα τυποποιημένα εργαλεία μέτρησης που επικεντρώνονται σε διαδικασίες και προϊόντα που αναδεικνύουν τις ευθύνες των μεγάλων εταιρειών και τις ωθούν να λειτουργήσουν πιο βιώσιμα.
- 03.**

Απαιτούνται πιστοποιήσεις, αξιολογήσεις και σαφείς στόχοι. Σε αυτό το πλαίσιο, ενώ η ευαισθητοποίηση των ανθρώπων φαίνεται να αυξάνεται, το υψηλότερο κόστος δυσκολεύει τους καταναλωτές να επιλέξουν πιο βιώσιμες επιλογές. Θα πρέπει λοιπόν να δοθεί η οικονομική δυνατότητα να το κάνουν.

Ο μακρύς δρόμος προς τη βιωσιμότητα

- 04.**

Η βιομηχανία της μόδας πρέπει να αναλάβει ισχυρές συλλογικές δεσμεύσεις. Φαίνεται να έχουν δημιουργηθεί συμμαχίες και εθελοντικές πρωτοβουλίες για την αντιμετώπιση των αυξανόμενων πιέσεων και την προσπάθεια τόνωσης της κάθετης και οριζόντιας συνεργασίας.
- 05.**

Η διαχείριση σχετίζεται με το μέγεθος της εταιρείας. Οι μεγάλες εταιρείες επικεντρώνονται σε περιβαλλοντικά ζητήματα, ιδίως θέτοντας στόχους εκπομπών CO2 και πρώτων υλών, αλλά η αλλαγή στη δομή διακυβέρνησης για τη διασφάλιση της εσωτερικής λογοδοσίας είναι πιο αργή.
- 06.**

Η απαλλαγή από τις εκπομπές του άνθρακα στη βιομηχανία της μόδας αντιπροσωπεύει μια τεράστια επενδυτική ευκαιρία για τις εταιρείες. Το ερώτημα όμως είναι αν αυτό αρκεί για ένα βιώσιμο μέλλον που θα είναι πραγματικά για όλους κοινωνικά και οικολογικά δίκαιο.

Ο Δείκτης Διαφάνειας Μόδας 2022 λέει ότι οι περισσότερες μάρκες (85%) δεν αποκαλύπτουν τον ετήσιο όγκο παραγωγής τους παρά τα αυξανόμενα στοιχεία για σπατάλη ρούχων παγκοσμίως, και οι περισσότερες μεγάλες μάρκες και λιανοπωλητές (96%) δεν δημοσιεύουν τον αριθμό των εργαζομένων στην αλυσίδα εφοδιασμού τους. Οι εταιρείες έχουν σημειώσει πρόοδο στην παρακολούθηση προμηθευτών τα τελευταία χρόνια. Ωστόσο, το 2022, μόνο το 48% των εταιρειών αποκαλύπτει δημόσια τους κατασκευαστές της πρώτης κατηγορίας και μόνο το 12% παρακολουθεί προμηθευτές τρίτης βαθμίδας.

Παράρτημα 8.6 - Σκεφτόμαστε κριτικά



Η βιομηχανία της μόδας αποτελεί μέρος ενός φάυλου κύκλου κοινωνικών και οικολογικών προβλημάτων. Οι πιέσεις από τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις συχνά περιορίζονται σε μια ανάλυση για την κλιματική κρίση που αγνοεί τα κοινωνικά κόστη και τον συσχετισμό τους. Ενώ, αρκετές φαινομενικά “πράσινες” λύσεις και καινοτομίες δημιουργούν περισσότερα προβλήματα ή ενισχύουν την υπάρχουσα δυσμενή κατάσταση.

αχ πλοήγηση μέσα από την πολυπλοκότητα

αχ ποια είναι τα εμπόδια στη συστημική αλλαγή;

Ως ένας από τους κλάδους της βιομηχανίας με τις μεγαλύτερες αλυσίδες εφοδιασμού που συχνά στηρίζονται σε υπερβολάβους, η μόδα θέτει τεράστιες προκλήσεις για την αξιολόγηση των επιπτώσεων και τη βέλτιστη διαχείριση από οικολογική και κοινωνική σκοπιά. Αυτά φέρνουν στο προσκήνιο ζητήματα εκδημοκρατισμού της όλης διαδικασίας και αναζήτησης εναλλακτικών κοινωνικοοικονομικών μοντέλων είναι πραγματικά βιώσιμα και δίκαια.

ΣΚΕΦΤΟΜΑΣΤΕ ΚΡΙΤΙΚΑ

- Ένα σχέδιο μάρκετινγκ ορίζει, διαμορφώνει και διανέμει όλες τις δραστηριότητες που περιέχονται στη στρατηγική μάρκετινγκ της επιχείρησής σας (γνωστό και ως στρατηγικό σχέδιο μάρκετινγκ).
- Επιτρέπει την οργάνωση της εργασίας εξοικονομώντας κόπο και χρόνο. Γι' αυτό είναι ένα απαραίτητο έγγραφο για μια αποτελεσματική διαχείριση έργου!
- Σε ένα σχέδιο μάρκετινγκ μπορείτε να αποφασίσετε εάν ενσωματώσετε όλους τους παράγοντες, πώς να συντονίσετε τα διάφορα μέρη της εταιρείας και να αλλάξετε τις τρέχουσες πρακτικές

αχ Ο ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ
ΣΗΜΑΙΝΕΙ
ΣΚΕΦΤΟΜΑΙ
ΜΠΡΟΣΤΑ!

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ;

αχ ΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΕΝΟΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

1. Ανάλυση σεναρίου και πλαισίου (π.χ. αγορά και ανταγωνιστές, τοποθέτηση)
2. Ορισμός των στόχων μάρκετινγκ (π.χ. κέρδος, μερίδια αγοράς, αναγνωρισιμότητα επωνυμίας, τοποθέτηση)
3. Προσδιορισμός του κοινού-στόχου (π.χ. νέοι 15-25 ετών σε ιταλικές πόλεις)
4. Στρατηγικός σχεδιασμός
5. Εφαρμογή στρατηγικών
6. Παρακολούθηση των αποτελεσμάτων

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ/ΤΡΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ο ρόλος σας είναι να διασφαλίσετε ότι οι στρατηγικές και οι προϋπολογισμοί επικοινωνίας προϊόντων αντικατοπτρίζουν τους στόχους μάρκετινγκ της εταιρείας. Πρέπει να κοιτάξετε όλο και πιο μακριά από την τελική επικοινωνία. Ποια εικόνα της εταιρείας θέλετε να μεταφέρετε; Ποιες άλλες υπηρεσίες μπορούν να προστεθούν στο προϊόν; Θέλετε να δώσετε περισσότερα χρήματα από του αναμενόμενου προϋπολογισμού στην επικοινωνία; Πώς συνδέεται η επικοινωνία με την ηθική της εταιρείας και με τις άλλες υπηρεσίες που παράγονται; Εξβιωθείτε ότι η ομάδα λειτουργεί αποτελεσματικά, ότι όλοι συμμετέχουν ενεργά και ακούγονται. Όλες οι ιδέες μπορεί να είναι πολύτιμες για την τελική σας απόφαση.

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ/Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ο ρόλος σας είναι να ορίσετε τους στόχους επικοινωνίας (βραχυπρόθεσμοι, μεσοπρόθεσμοι και μακροπρόθεσμοι), τους στόχους (ανά ηλικία, φύλο, οικονομική κατάσταση, καταγωγή), τα διαφορετικά μηνύματα για τους στόχους, τα κανάλια επικοινωνίας. Πώς μπορείτε να κάνετε τους στόχους σας να αλληλεπιδράσουν μαζί σας; Σε ποια κανάλια έχει νόημα να επενδύσετε; Πώς μπορείτε να εξασφαλίσετε ότι θα γίνει γνωστό το προϊόν από στόμα σε στόμα; Είναι επαρκής ο προϋπολογισμός ή θέλετε να ζητήσετε περισσότερα χρήματα; Ο ρόλος σας είναι να διασφαλίσετε ότι η εταιρεία σας και τα προϊόντα της έχουν κοινωνικό αντίκτυπο που κοινοποιείται στο κοινό-στόχο σας. Εξβιωθείτε κατά τον σχεδιασμό του σχεδίου επικοινωνίας ότι επισημαίνονται οι κοινωνικές πτυχές.

FABLE

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ/ΤΡΙΑ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Ο ρόλος σας είναι να διασφαλίσετε ότι οι στρατηγικές και οι προϋπολογισμοί επικοινωνίας προϊόντων αντικατοπτρίζουν τους στόχους βιωσιμότητας της εταιρείας. Πρέπει να βεβαιωθείτε ότι αυτή η πτυχή των προϊόντων σας τονίζεται και ότι εστιάζει σημαντικά στην επικοινωνία. Βεβαιωθείτε ότι όχι μόνο ο στόχος αλλά και τα εργαλεία επικοινωνίας είναι επίσης βιώσιμα.

ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ/Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

Ο ρόλος σας είναι να διασφαλίσετε την οικονομική βιωσιμότητα του σχεδίου επικοινωνίας. Βεβαιωθείτε ότι έχετε δημιουργήσει ένα σχέδιο που αποφέρει κέρδη στην εταιρεία.

ΣΧΕΔΙΑΣΤΗΣ/ΤΡΙΑ

Ο ρόλος σας είναι να διασφαλίσετε ότι υπάρχει ένα ευρύ φάσμα εργαλείων και μεθόδων που χρησιμοποιούνται στο σχέδιο επικοινωνίας σας. Βεβαιωθείτε ότι τα σχέδιά σας είναι δημιουργικά, στοχεύουν διαφορετικά είδη κοινού μέσω των σωστών καναλιών.

ΕΙΣΤΕ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΑΣ

Πρέπει να αναπτύξετε και να παραδώσετε
ως ομάδα:

- ΕΝΑ ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
- ΕΝΑ ΣΧΕΔΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΕΝΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙ
ΡΟΛΩΝ ΓΙΑ ΤΗ
ΒΙΩΣΙΜΗ ΜΟΔΑ

ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΤΟΥ
ΠΑΙΧΝΙΔΙΟΥ



ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΟΥ
ΕΧΕΙ ΤΟ ΤΜΗΜΑ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:
€20.000



- Ένα σχέδιο επικοινωνίας περιγράφει τα μηνύματα που προωθεί η εταιρεία σας, το κοινό που προορίζεται για αυτά τα μηνύματα και τα κανάλια επικοινωνίας.
- Είναι ένας τρόπος να οργανώσετε όλα τα μηνύματα της εταιρείας σας σε ένα μέρος, να ορίσετε τους στόχους σας και να διασφαλίσετε ότι διατηρείτε μια συνεπή και θετική εικόνα.
- Λειτουργεί ως θεμέλιο που θα βοηθήσει στη διαχείριση κρίσεων, στην προώθηση νέων ιδεών, στη δημιουργία μιας αποτελεσματικής στρατηγικής επικοινωνίας για την κυκλοφορία ενός προϊόντος και πολλά άλλα.

✍ **ΕΝΑ ΚΑΛΟ ΜΗΝΥΜΑ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΚΛΕΙΔΙ**

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΝΑ ΣΧΕΔΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ;

✍ ΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΕΝΟΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

- Ορίστε Επικοινωνιακούς Στόχους (π.χ. προώθηση περιβαλλοντικής δεσμευσης)
- Καθορίστε το κοινό-στόχο σας
- Ερείτε τα καλύτερα κανάλια επικοινωνίας
- Δημιουργήστε βασικά μηνύματα για το κοινό σας
- Καθορίστε τον προϋπολογισμό επικοινωνίας
- Εάλτε το Σχέδιο Επικοινωνίας σας σε Δράση
- Παρακολουθήστε και προσαρμόστε τη στρατηγική επικοινωνίας σας

Στόχοι	Βασικές Δραστηριότητες και Εργαλεία	Κανάλια	Ομάδες-στόχοι	Μηνύματα και συνθήματα
Βασικοί Συνεργάτες + Βασικοί Πόροι				
Κόστος για την εταιρεία		Τιμή που δίνεται στο προϊόν και Έσοδα		
Κοινωνικό και περιβαλλοντικό κόστος		Κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη		

FABLE

ΕΝΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙ ΡΟΛΩΝ
ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΜΟΔΑ

ΟΜΑΔΑ 1 SECOND HAND - VINTAGE



Η μεταπώληση απαιτεί ώρες εργασίας: έρευνα, καθαρισμός και λήψη φωτογραφιών που είναι έτοιμες για δημοσίευση αποτελούν μέρος ενός πακέτου (χρόνου και χρημάτων) που πρέπει να αντιμετωπίσουμε! Επίσης, η αγορά μεταχειρισμένων ρούχων, αν και καλό για τον πλανήτη μας, δεν πρέπει να αποτελεί περαιτέρω έναυσμα για αγορές. Επίσης η πρακτική της μεταπώλησης δε θα πρέπει να αποτελεί μια πρακτική αύξησης του κέρδους.



Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα στη σύγχρονη μόδα είναι η υπερπαραγωγή: από τα 100 δισεκατομμύρια ενδύματα που παράγονται κάθε χρόνο, 92 εκατομμύρια τόνοι καταλήγουν σε χωματερές. Κάθε φορά που αγοράζουμε ένα μεταχειρισμένο αντικείμενο αποφεύγοντας να πεταχτεί, εξοικονομούμε φυσικούς πόρους και παράγουμε λιγότερους τόνους διοξειδίου του άνθρακα: αγοράζοντας ή πουλώντας μεταχειρισμένα ρούχα, συμβάλλουμε στην πιο βιώσιμη και συνειδητή μορφή οικονομίας.



Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΑΣ

Είστε μια σημαντική πλατφόρμα second hand ή vintage (π.χ. Vestiaire Collectif) με διαδικτυακές πωλήσεις μόνο, κυρίως στην ευρωπαϊκή αγορά.



ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΣΑΣ

Διαθέσιμα 1000 τεμάχια γραβάτες.
Κόστος 1000€.
Διαθέσιμα 600 τζιν, τζιν παντελόνια, μπουφάν, πουκάμισα.
Κόστος 3000€.
Το κόστος προσαρμογής κυμαίνεται από 5€ έως 25€



Ο ΣΤΟΧΟΣ ΣΑΣ

Καθορίστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ (π.χ. τιμές, εκπτώσεις, επιλογές προσαρμογής). Εστιάστε στη στρατηγική επικοινωνίας για το προϊόν (στόχος, μήνυμα, στόχοι, κανάλια).



Η ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΣΑΣ

Η αγορά second hand είναι μια από τις πιο οικολογικές επιλογές: το να δώσουμε νέα ζωή σε ρούχα και αξεσουάρ εμπίπτει στον ορισμό της ΚΥΚΛΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ και της κυκλικής μόδας.

Είναι επίσης ένα πραγματικό FASHION TREND των νέων ατόμων που διαδικτυακά βρίσκουν τρόπο να αγοράσουν και να πουλήσουν, να ξαναφτιάξουν την γκαρνταρόμπα τους με λίγα χρήματα και να αναζητήσουν ΜΟΝΑΔΙΚΑ ΚΟΜΜΑΤΙΑ.

Η συχνότητα των αγορών και πωλήσεων συνεχίζει να αυξάνεται. Στην πράξη, μόλις ανακαλύψετε αυτήν την αγορά και βιώσετε την αμεσότητα και την ευκολία χρήσης, οι αγορές second hand γίνονται μια συνήθεια που προσελκύει νέους ανθρώπους κάθε χρόνο.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of its contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

FABLE

ΕΝΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙ ΡΟΛΩΝ
ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΜΟΔΑ

ΟΜΑΔΑ 2 STREET WEAR - ΠΑΠΟΥΤΣΙΑ SKATE

Το Appleskin είναι ένα υλικό που προέρχεται εν μέρει από τον πολυμερισμό φρούτων και πυρήνων μήλων. Το Veges είναι ένας άλλος τύπος δερματός με βάση το αυγό, στιγμαμένο από υπολείμματα σταφυλιών από τη βιομηχανία κρασιού. Αυτό το προϊόν αποτελείται από:
ΑΝΟ ΕΠΙΦΑΝΕΙΑ: 80% ΣΑΙΟΙΣ ΚΗΛΟΤ > 20% ΝΒΟΕΑ
ΕΣΙΓΕΤΑ: 80% ΑΝΑΚΥΚΛΩΜΕΝΟ ΠΟΛΥΕΣΤΕΡΑΣ (GRS) + 20% ΠΟΛΥΕΡΑΜΕΑΚΤ
ΕΛΑΣΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ: 65% ΑΝΑΚΥΚΛΩΜΕΝΟ ΕΛΑΜΕΑΚΤ + 30% ΕΛΑΜΕΑΚΤ + 5% ΑΝΑΚΥΚΛΩΜΕΝΟ ΠΟΛΥΕΣΤΕΡΑΣ (GRS)
ΚΟΡΜΟΝΙΑ: 100% ΑΝΑΚΥΚΛΩΜΕΝΟ ΠΟΛΥΕΣΤΕΡΑΣ (GRS)
ΤΑΙΛΙΑ: 100% ΑΝΑΚΥΚΛΩΜΕΝΟ ΠΟΛΥΕΣΤΕΡΑΣ (GRS)
ΠΑΤΟΣ: 70% ΑΝΑΚΥΚΛΩΜΕΝΟ ΕΛΑΜΕΑΚΤ + 30% ΕΙΔΙΟΓΕΙΤΟ ΕΛΑΜΕΑΚΤ
ΣΟΛΑ: 100% ΑΝΑΚΥΚΛΩΜΕΝΟ ΛΑΤΙΝΟ από ελαστίνια
ΕΣΤΕΣΙΑΣΙΑ: ΛΑΡΙΤΟΚΟΥΤΙ FSC (80% ΑΝΑΚΥΚΛΩΜΕΝΟ ΛΑΡΙΤΙ) + 100% ΕΤΝΗΚΟΣ ΠΛΑΣΤΙΚΟ ΦΑΚΕΛΟΣ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ



Στην Ευρώπη παράγονται 140 εκατομμύρια τροχοί κάθε χρόνο, για την απόρριψη των οποίων χρειάζονται πάνω από 1.000 χρόνια! Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο σκεφτόμαστε την έξυπνη επαναχρησιμοποίηση ενός υλικού που εξακολουθεί να είναι χρησιμοποιήσιμο. Οι επιστήμονες μελετούν μεθόδους μαζικής ανάκτησης των υλικών που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία ελαστικών, αλλά, προς το παρόν, μπορούμε να εφαρμόσουμε μόνο εναλλακτικές και οικολογικές μεθόδους επαναχρησιμοποιώντας καουτσούκ.



Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΑΣ

Μια νεοσύστατη ιταλική εταιρεία, χωρίς μετόχους, όχι λόγω έλλειψης επιτυχίας, αλλά λόγω ηθικών επιλογών, που διανέμει σε όλο τον κόσμο και με ηλεκτρονικό εμπόριο.



ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΣΑΣ

Παρουσίαση ενός βιώσιμου παπουτσιού skate που παράγεται σε εργοστάσια που χρησιμοποιούν ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Πλαίσια κατασκευασμένα με επαναχρησιμοποίηση πλαστικών υλικών που συλλέγονται στη Μεσόγειο και στους ωκεανούς. Μίνιμαλ και διαχρονικό σχέδιο, τέλειο για να διαρκεί στο χρόνο. Κόστος παραγωγής παπουτσιών: 80€



Ο ΣΤΟΧΟΣ ΣΑΣ

Ορίστε ένα σχέδιο μάρκετινγκ (π.χ. τιμές, εκπτώσεις, υπηρεσίες για πελάτες). Εστιάστε στη στρατηγική επικοινωνίας για το προϊόν (στόχος, μήνυμα, στόχοι, κανάλια).



Η ΗΘΙΚΗ ΣΑΣ

Πιστεύουμε στη δύναμη της ενημέρωσης "από στόμα σε στόμα" και στη συλλογική νοημοσύνη που το συνοδεύει.

Ακολουθούμε το Παγκόσμιο Πρότυπο Ανακύκλωσης, που αναγνωρίζεται ως το πιο σημαντικό διεθνές πρότυπο για τη βιώσιμη παραγωγή ενδυμάτων και κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων που κατασκευάζονται με ανακυκλωμένα υλικά. Το GRS εγγυάται προϊόντα που περιέχουν τουλάχιστον 20% ανακυκλωμένο υλικό πριν από την κατανάλωση και μετά την κατανάλωση. Κατασκευαστικές δραστηριότητες και διαδικασίες μέσω των οποίων το ανακυκλωμένο υλικό χρησιμοποιείται για τη δημιουργία ενδιάμεσων προϊόντων (π.χ. νήματα και υφάσματα) ή τελικών προϊόντων που προορίζονται για τον καταναλωτή.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of its contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.