FAST FASHION

PAVLA HRABCOVÁ
pavla.hrabcova@amo.cz

Pražský studentský summit

Pražský studentský summit je unikátní vzdělávací projekt existující od roku 1995. Každoročně vzdělává přes 300 studentů středních i vysokých škol o současných globálních tématech, a to především prostřednictvím simulace jednání tří klíčových mezinárodních organizací – OSN, NATO a EU.

studentsummit.cz
summit@amo.cz
facebook.com/studentsummit
instagram.com/praguestudentsummit
twitter.com/studentsummit
youtube.com/studentsummit

Asociace pro mezinárodní otázky (AMO)

AMO je nevládní nezisková organizace založená v roce 1997 za účelem výzkumu avzdělávání v oblasti mezinárodních vztahů. Tento přední český zahraničně politický think-tank není spjat s žádnou politickou stranou ani ideologií. Svou činností podporuje aktivní přístup k zahraniční politice, poskytuje nestrannou analýzu mezinárodního dění a otevírá prostor k fundované diskusi.

Pavla Hrabcová

Autorka je spolupracovníkem Asociace pro mezinárodní otázky a členkou přípravného týmu Pražského studentského summitu.

Autor: Pavla Hrabcová
Imprimatur: Kristina Zindulková, František Novotný, Petra Hubatková, Filip Chráska
Jazyková úprava: Dalibor Stehno, Anna Martínková, Alžběta Filipková
Sazba: Petra Hubatková
Grafická úprava: Jaroslav Kopřiva

Vydala Asociace pro mezinárodní otázky (AMO) pro potřeby XXIV. ročníku Pražského studentského summitu.
© AMO 2018

Asociace pro mezinárodní otázky (AMO)
Žitná 27, 110 00 Praha 1
Tel.: +420 224 813 460, e-mail: summit@amo.cz
IČ : 65 99 95 33

www.amo.cz
www.studentsummit.cz

1 Úvod — 3
2 Fast Fashion — 3
3 Globální hodnotové řetězce — 4
4 Hlavní environmentální problémy FF — 5
4. 1 Znečištění při výrobě materiálu — 5
4. 2 Znečištění při výrobě oblečení — 6
4. 3 Používání a skládkování — 6
5 Současné řešení situace — 7
5. 1 Vztah k SDGs — 7
5. 2 Reakce módního průmyslu — 7
5. 3 Kroky mezinárodních společenství — 7
6 Možná udržitelná řešení problému FF — 8
7 Závěr — 8
Otázky pro jednání — 9
Doporučené zdroje — 9
Seznam použitých zdrojů — 10

1 Úvod

Na počátku kolonialismu se začalo oblečení vyrábět v jiném místě, než v jakém se nacházelo jeho odbytiště.[1] Od té doby se tato dělba práce hojně využívá, a to především z důvodu snížení nákladů a zvýšení efektivity výroby. V momentě, kdy se snížila cena dopravy, liberalizoval se obchod a rozvinuly se informační technologie, došlo ke změně fungování globální ekonomiky. Obchod s oblečením je dnes efektivnější a plynulejší. Přestalo se obchodovat pouze s hotovými produkty, ale do popředí se dostal obchod s meziprodukty a s výrobními technologiemi.

Pohled společnosti na oblečení se za poslední roky změnil. Dříve se jednalo o věc trvalé potřeby, dnes se využívá jako spotřební zboží. Tím je vyvíjen tlak na producenty textilu, šičky ve fabrikách i na ředitele divizí. Kvůli konzumnímu přístupu moderní společnosti a s ním spojené masivní výrobě je ničeno životní prostředí jak v místě výroby, tak v místě prodeje. Na změny musí reagovat mezinárodní společenství jako celek i vlády jednotlivých zemí. A to zaváděním nových opatření nutných ke zlepšení situace a k nalezení udržitelného řešení.

2 Fast Fashion

Fast Fashion (dále jen FF) je termín používaný k popisu levného módního oblečení, které se vyrábí v rozvojových zemích. Důsledkem tohoto trendu je změna četnosti módních kolekcí v průběhu roku. Je běžné, že módní řetězce představují nové produkty několikrát do týdne.[2]

Jako počátek FF můžeme považovat přelom 17. a 18. století, kdy začala éra globalizace. V této době využívali obyvatelé jižní části Severní Ameriky otroky ke sběru bavlny, kterou následně exportovali do Velké Británie, kde se zpracovávala. Díky revoluci, která přinesla mimo jiné i zjednodušení v dopravě, došlo ke zvýšení importu bavlny do Velké Británie, a proto se zlevnila. Následkem toho bylo, že se oblečení stalo dostupnějším i nižším sociálním vrstvám.[3]

Sweatshop je fabrika určená především na výrobu oblečení. Zaměstnanci zde pracují po neúměrně dlouhou pracovní dobu, za velmi nízké mzdy a ve špatných podmínkách;[47] výjimkou není ani využívání dětské práce.

Móda v podobě, jak ji známe dnes, začala vznikat v padesátých a šedesátých letech 20. století, kdy se mladí lidé začali zajímat o měnící se moderní trendy obchodů s obleče-

Obr. 1: Množství exportovaného oblečení z jižní Asie do USA[48]

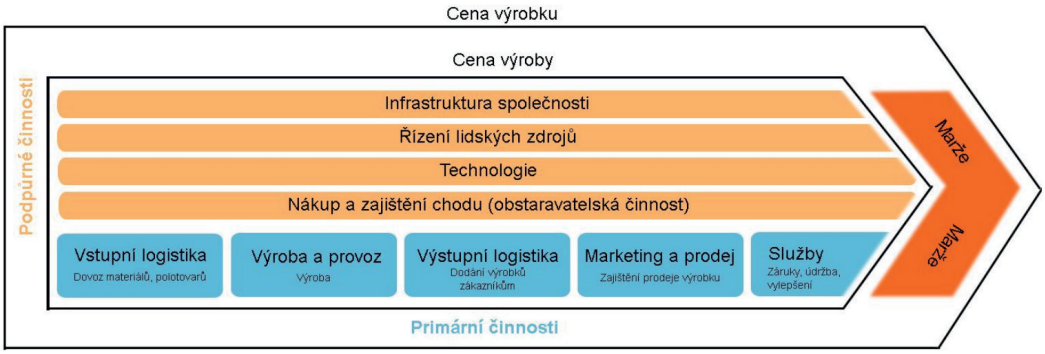
ním.[4] To vedlo až k tomu, že se každoročně spotřebuje přibližně 80 biliónů nových kusů oblečení. To je o 400 % více než před 20 lety.[5] Zvyšující se poptávka po novém oblečení vedla k masivnímu nárůstu výroby a hledání levnějších zdrojů. Proto velké řetězce využily možnosti přesunout své fabriky do rozvojových zemí. Zde začaly vznikat tzv. *sweatshopy*. Tímto krokem byly sníženy náklady na minimum a zároveň bylo zajištěno dostatečné množství levné pracovní síly.[6]

> **Výnos společnosti H & M přesahuje až 4× výnos exportu oblečení celé jižní Asie do USA.**

V dnešní globalizované době až ¾ oblečení importovaného do USA pochází z jižní Asie. Celkově se zde vyrobí zboží za 60,29 bilionů dolarů.[7] Přitom výnos společnosti H & M přesahuje až 4× výnos exportu oblečení celé jižní Asie do USA.[8] Proto se módní průmysl stal významným představitelem globálního hodnotového řetězce.

3 Globální hodnotové řetězce

Hodnotový řetězec je sérií činností, které zvyšují přidanou hodnotu vyráběného produktu. Je to průběh výroby od myšlenky přes prvního dělníka až po zákazníka. Na obrázku níže vidíme, z čeho se může hodnotový řetězec různých produktů skládat.[9]



Obr. 2: Porterův hodnotový řetězec[51]

Díky hodnotovým řetězcům můžeme vyčíslit skutečnou hodnotu produktu a na základě toho zjistit odpovídající marži, za kterou produkt prodáváme. Společnost může zvyšovat příjmy dvěma způsoby: maximalizací objemu prodaného zboží a zvyšováním marže. Aby firma zvýšila objem prodaného zboží, musí jít zákonitě s cenou dolů nebo hledat nová odbytiště.

Pokud chce firma zvyšovat marži, tak může zvyšovat cenu nebo hledat levnější zdroje výroby.[10]

Díky globalizaci byl umožněn vznik hodnotových řetězců po celém světě a firmy mohly naplno využívat tzv. *offshoringu*. Začaly vznikat společnosti, které se specializovaly pouze na jednu část výrobního procesu. Díky tomu firmy využily úspory z rozsahu (výhody, které plynou z produkce ve velkém měřítku, př. snižující se náklady na výrobu s rostoucím objemem výroby), a proto byly jejich produkty levnější.

Toho využily firmy textilního průmyslu, které se rozhodly přesunout výrobu oblečení do zemí třetího světa. Jedním z cílů bylo minimalizovat náklady spojené s výrobou oblečení a zároveň pomoci vytvořit nová pracovní místa

Marže je rozdíl mezi prodejní a výrobní cenou jednoho kusu výrobku.

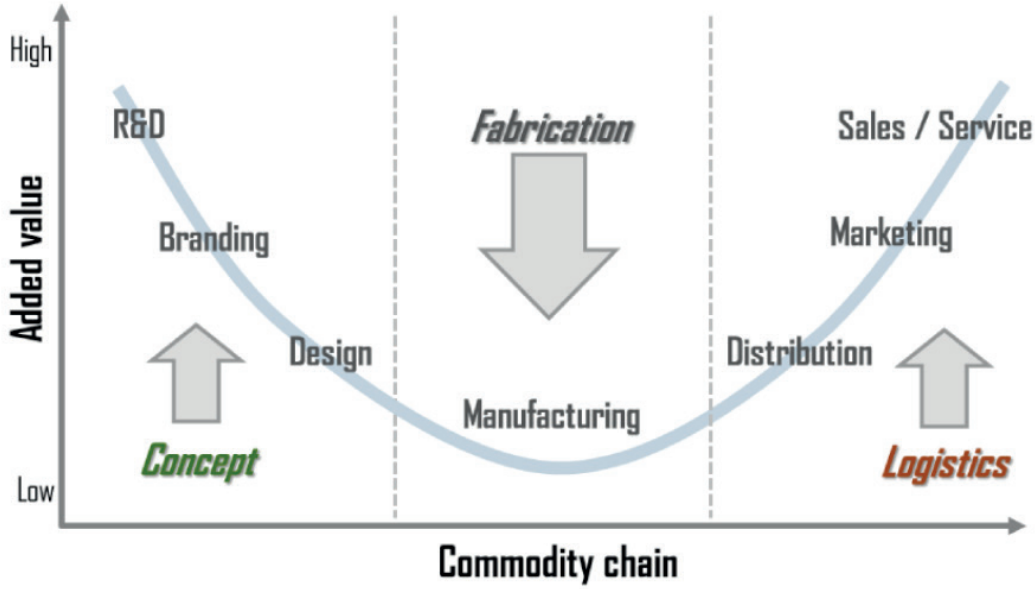
Offshoring je činnost, při které firma přesune část produkce za hranice domácího státu. Nastává v momentě, kdy je daná část produkce v zahraničí výrazně levnější.[49] Např.: indická call centra nebo výroba oblečení, elektrotechnických součástek atd.

Outsourcing je obchodní praktika, při které podnik vyčlení některé činnosti, které poté nakupuje jednotlivě ve vyšším stupni zpracování. Tudíž část práce je přesunuta na dalšího aktéra.[50] Klasickým příkladem jsou IT nebo úklidové služby.

v zemích ohrožených chudobou.[11]

Jak vidíme na grafu, tzv. *smile curve*, největší přidanou hodnotou výrobku je výzkum a vývoj, marketing a další služby. Tyto aktivity většinou zůstávají v domovské zemi. Na druhou stranu, nejméně ceněná je právě manufaktura. Nevyžaduje se zde odbornost, tudíž je konkurence na pracovním trhu v této oblasti vysoká. Z těchto důvodů je zde minimální účast na ceně výrobku, tudíž zde vzniká jen zlomek jeho celkové hodnoty.[12]

To znamená, že v momentě, kdy zákazník vyžaduje nižší cenu, aby si produkt koupil, firma začne v první řadě šetřit v jednotlivých oblastech výroby samotného produktu. Proto je většina hal na výrobu textilu soustředěna v jižní a jihovýchodní Asii. Firmy si díky levné pracovní síle mohou dovolit zvětšit variabilitu produktů, která pomáhá zvyšovat zisky. S důrazem kladeným na kvantitu se snižuje kvalita produktů, proto roste jejich spotřeba a zvětšuje se tím negativní vliv textilního průmyslu na životní prostředí.



Obr. 3: Stan Shih smiling curve[52]

4 Hlavní environmentální problémy FF

Textilní průmysl je jedno z odvětví, která mají enormní negativní environmentální dopad.[13] Při výrobě oblečení se každoročně spotřebuje 145 milionů tun uhlí a přibližně 7,6 trilionu litrů vody, využívá se toxických chemikálií a většina vyrobeného oblečení skončí po vyhození na skládce.[14]

4. 1 Znečištění při výrobě materiálu

Při výrobě textilu má nenahraditelné zastoupení bavlna, která tvoří téměř 50 % veškerého materiálu použitého v textilním průmyslu. Většina užité bavlny je nějakým způsobem geneticky modifikována. Nejvíce modifikací je u bavlny vypěstované v Indii. Navíc tato modifikovaná bavlna tvoří více než 90 % indické produkce bavlny, v celkovém měřítku pak 43,2 % světové produkce geneticky modifikované bavlny. Na její pěstování se využívá velké množství vody a chemikálií.[15] Producenti bavlny vyprodukují 18 % celosvětových pesticidů (přípravek určený k tlumení a hubení rostlinných a živočišných škůdců) a 25 % insekticidů (přípravek určený k hubení hmyzu v jeho různých vývojových stupních). Tyto chemické

> **“ Při výrobě oblečení se každoročně spotřebuje 145 milionů tun uhlí a přibližně 7,6 trilionu litrů vody.**

látky se dostávají do půdy, podzemních vod a různými způsoby i do organismu farmářů a spotřebitelů.[16] Při výrobě 1 kg bavlny se spotřebuje přibližně 10 000 l vody. To znamená, že na jedno bavlněné tričko může připadnout až 2,7 l vody.[17]

Významnou součástí materiálu, ze kterého se vyrábí oblečení, jsou také umělá vlákna, která tvoří zhruba 40 % veškeré textilní produkce. Tato výroba je energeticky náročná. Umělá vlákna jsou produkována z ropy a při procesu výroby se uvolňují škodlivé látky jako např. chlorovodík, které se dále dostávají do vody, vzduchu a také do těla.[18]

4. 2 Znečištění při výrobě oblečení

Ekologickým problémem výroby je používání jedovatých látek, jako jsou kypová barviva (nerozpustné látky, které se na látku aplikují v redukované rozpustitelné formě a na vzduchu opět oxidují a stávají se nerozpustnými), dusičnany, naftol, enzymy, sloučeniny chromu, perfluorované chemikálie, které se používají na ochranu barvy látky a proti poškození od vody, těžké kovy a další. Používáním těchto látek vzniká vysoce toxický odpad, který může snadno unikat do prostředí, pokud s ním není adekvátně zacházeno.[19] Dále to je odpad z přebytečného textilu a plastové obaly, které končí na skládkách, odkud se chemikálie dostávají do půdy a podzemních vod.[20]

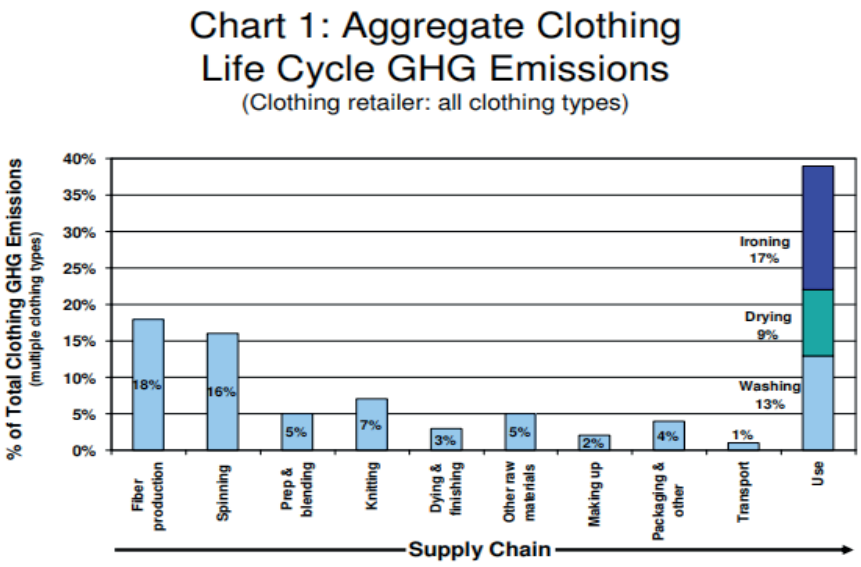
4. 3 Používání a skládkování

Čištění a údržba oděvů mají velmi silný negativní ekologický dopad a zároveň jsou přehlíženou částí životního cyklu oděvu. [21] Při výrobě oblečení dochází k uvolňování skleníkových plynů. Z celého životního cyklu oděvu se při jeho používání uvolní přibližně 39 % z celkového množství uvolněných skleníkových plynů za rok.[22] Uživatelé spotřebovávají velké množství přípravků na údržbu, mají energeticky náročné pračky a sušičky a také se během praní uvolňují mikroplasty.[23]

Kvůli nízké životnosti produktů, jejich častému obměňování a nízké recyklaci končí téměř 60 % nového oblečení do

> **Každou sekundu přijede na skládku jeden nákladní vůz s oblečením.**

jednoho roku na skládce nebo je spáleno.[24] V přepočtu to znamená, že každou sekundu přijede na skládku jeden nákladní vůz s oblečením.[25] Odhaduje se, že méně než 1 % materiálu použitého k výrobě oblečení končí opět v textilním průmyslu a přibližně 13 % končí recyklovaných v jiném odvětví.[26]



Obr. 4: Celkové množství emisí skleníkových plynů v průběhu životního cyklu oblečení

5 Současné řešení situace

Problémy, které vlivem FF vznikají, řeší jak jednotlivé státy, tak soukromé organizace i mezinárodní instituce. Jejich dosavadní postupy jsou shrnuty v následujících odstavcích.[27]

5. 1 Vztah k SDGs

V případě problémů způsobených mimo jiné FF nalezneme celkem 13 z 18 cílů SDGs, které tyto problémy řeší. Mezi hlavní témata patří konec chudoby, neboť pracovníci ve sweatshopech nejsou dostatečně finančně ohodnoceni. Mezi další cíle se řadí kvalitní vzdělávání. I přes nastavenou minimální věkovou pracovní hranici ve státech, kde se oblečení vyrábí, dochází k jejímu neustálému porušování. Děti tak od útlého věku tráví čas prací namísto studia. Dalším bodem je třeba zajištění udržitelné spotřeby a výroby. Tento bod se vztahuje na energetickou náročnost oblečení a jeho negativní dopady na životní prostředí.[28]

5. 2 Reakce módního průmyslu

Módní značky jsou si vědomy, že základním krokem k udržitelnému řetězci módy je ekologická výroba materiálu. Proto začala stoupat nejen obliba organické bavlny, ale i tzv. *greenwashingu*.[29] Od roku 2004 stouplo její množství produkce o 1500 %. Stále však organická bavlna reprezentuje jen 0,42 % produkce z celkového množství bavlny na světě.[30]

Greenwashing je dezinformace šířena organizacemi, které se tak snaží zlepšit svůj veřejný environmentální obraz.[53]

Dále je velmi oblíbená výroba oblečení z recyklovaných materiálů, jako je staré oblečení nebo láhve.[31] Recyklace je v módním odvětví velmi populární.[32] Například značka Marks & Spencer nově představila kolekci z recyklovaného materiálu. Společně se společností Nike a Timberland se začala zabývat rozvojem biologické textilní výroby.[33]

Spousta firem rozšířila řady svých produktů a zesílila brand značky tím, že ve svých dodavatelských řetězcích začaly používat udržitelné postupy jako je standard ISO 14000.[34]

Certifikace ISO 14000 předpokládá, že firmy zefektivňují výrobní postupy v oblasti životního prostředí a pracovních toků.

Řešení na snížení znečištění se hledá také v distribuční fázi procesu nakládání s oblečením, která se ukázala jako zásadní v boji s uhlíkovou stopou oblečení. Proto se firmy snaží používat převážně vlaky, které mají minimální uhlíkovou stopu, a pokud je potřeba použít silniční dopravu, dochází ke školení řidičů a nepoužívají se vozy, které jsou starší 10 let.[35]

Pro firmy je udržitelnost důležitá především v oblastech marketingu a brandingu. Pomáhá to posilovat zájem zákazníků o značku.[36]

> **Organická bavlna reprezentuje jen 0,42 % produkce z celkového množství bavlny na světě.**

5. 3 Kroky mezinárodních společenství

Žádná z mezinárodních organizací se ve svých dokumentech zatím problematice FF jako celku nevěnovala. Ovšem problémy, které FF způsobuje, byly řešeny na všech třech setkáních UNEA. V roce 2014 proběhlo první shromáždění, kde byla přijata *Rezoluce 1/5*, která se zabývala chemikáliemi a jejich plýtváním.[37] Na tuto rezoluci se odvolává *Rezoluce 2/7* z roku 2016, která si stanovuje cíle v oblasti chemikálií do roku 2020.[38] *Rezoluce 2/8* se odvolává na 12. bod SDGs, který se zabývá odpovědnou výrobou a spotřebou.[39]

V prosinci 2017 vznikly rezoluce ze třetího shromáždění UNEA, které se zabývalo znečištěním. *Rezoluce 3/4*, která se zabývá souvislostí zdraví a environmentálního prostředí, která jako první zmiňuje problémový region asijsko-pacifický.[40] V *Rezoluci 3/5* je uznána nutnost investovat do inovativních ekologic-

kých řešení, aby bylo možné dosáhnout cílů SDGs do roku 2030.[41] *Rezoluce 3/6* se zabývá znečištěním půdy a shledává její čistotu jako důležitý krok k dosažení 7 cílů SDGs.[42]

UNEP se podílela na organizaci tréninku v čínské provincii Jiangsu, který si za cíl kladl zvýšení udržitelnosti v rámci daného hodnotového řetězce. Agenda byla uzpůsobena lokálním potřebám. Týkala se především globálního obchodu s textilem, dobrovolných udržitelných standardů nebo používání chemikálií, vody a energie v průběhu procesu výroby oblečení.[43] V rámci OSN dále vznikl projekt na podporu řemeslníků z rozvojových zemích, kteří se realizují v módním průmyslu. Cílem je pomoci lidem s talentem a zároveň vytvářet udržitelnou módu.[44]

V oděvním průmyslu, narozdíl od jiných odvětví jako je např. elektronické, neexistují mezinárodní standardy, které by zaštiťovaly celé odvětví. Ovšem existuje několik národních a nadnárodních standardů, které jsou v jednotlivých částech světa vyžadovány. Mezi ně se řadí například CPSIA (což je zákon, který platí v USA) nebo REACH (platící v EU).[45]

6 Možná udržitelná řešení problému FF

Vzhledem ke komplexnosti problematiky, kterou nejlépe demonstruje schéma výrobního procesu,[46] je potřeba co nejvíce cílit na systémovou změnu, což vyžaduje mnoho dílčích kroků. Z pozice UNEA je důležité nejen poukazovat na množství problémů, které fast fashion přináší, ale i zaměřit se na již fungující praxi a apelovat na její další prosazování. Cílem je, aby si společnost uvědomila, že je třeba zaměřit se na zlepšení ve všech fázích výrobního procesu, a to jak v aspektech environmentálních, tak i lidskoprávních. Je nasnadě, aby společnost i nevládní organizace začaly vyvíjet tlak na zlepšení užívaných standardů a aby poukazovaly na co nejširší škálu problémů. Pro komplexní řešení je potřeba nastavit konkrétní mezinárodní standardy a zajistit dohled nad jejich dodržováním, pokud v této kontrole soukromého sektoru selhávají státní instituce. Mezinárodní společenství může z konkrétních problémů adresovat například chemické znečistění při výrobě či nedostatečnou recyklaci textilního odpadu. UNEA taktéž může apelovat na vytvoření globální regulace a navrhnout její konkrétní podobu.

7 Závěr

FF změnila uvažování milionů lidí o tom, co je móda a jak ji nosit. Společně s tím se objevil nespočet problémů. V environmentální oblasti to je především velká spotřeba vody, uhlíková stopa a používání nebezpečných chemikálií. Problémy FF se ale týkají také rozvinutého světa. Množství vyhozeného oblečení zamořuje skládky a do okolí se tak dostávají toxické látky. Při praní se uvolňují mikroplasty a při nošení chemikálie. FF je problémem, na který nejsnadněji nalezneme řešení v případě, že bude pro spotřebitele dosavadní výroba oblečení nepřijatelná a donutí tak módní společnosti tento proces změnit. Kromě chování spotřebitele je třeba se zaměřovat na potlačování konkrétních problémů, jako jsou například špatné životní podmínky pracovníků, recyklace odpadu nebo stopa skleníkových plynů v jednotlivých částech cyklu. Je třeba na problematiku nahlížet nejen z environmentálního hlediska, ale více komplexně.

Otázky pro jednání

1. Zapojuje se vámi zastupovaný stát do výroby FF nebo jste spíše uživatel?
2. Jaká je velikost exportu oblečení z vašeho státu?
3. Jaká je velikost importu oblečení do vašeho státu?
4. Mají ve vaší zemi sídlo módní korporace?
5. Jsou ve vaší zemi nastavené regulace pro používání chemikálií ve výrobním procesu textilu?

Doporučené zdroje

Zlatá mládež: Agraí
dokumentární díl seriálu z dílny ČT, který zachycuje výrobu bot v Indii

http://www.ceskatelevize.cz/porady/11719888165-zlata-mladez-2/3172913l0110003-v-indicke-tovarne

Last Week Tonight: Fast Fashion
talk show Johna Olivera na BBC, který se v tomto díle věnuje problematice FF

https://videacesky.cz/video/levne-obleceni

The True Cost
dokument o oblečení, které nosíme, o lidech, kteří ho vyrábějí, a o vlivu tohoto průmyslu na náš svět

An Analysis of the Fast Fashion Industry
čtivá analýza FF odvětví, která se zabývá vývojem, současným stavem, vlivem na okolí a nastiňuje možná řešení FF do budoucna

https://digitalcommons.bard.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1033 & context=senproj_f2016

Seznam použitých zdrojů

1 S. BLINDER, Alan. Offshoring: The Next Industrial Revolution? [online]. Council on Foreign Relations, 2006 [cit. 2018-08-29]. Dostupné z: https://www.jstor.org/stable/20031915?seq=2#metadata_info_tab_contents

2 WHITEHEAD, Shannon. 5 Truths the Fast Fashion Industry Doesn't Want You to Know. Huffpost [online]. 2014 [cit. 2018-09-04]. Dostupné z: https://www.huffingtonpost.com/shannon-whitehead/5-truths-the-fast-fashion_b_5690575.html?guccounter=2

3 RADNER LINDEN, Annie. An Analysis of the Fast Fashion Industry [online]. New York, 2016 [cit. 2018-07-23]. Dostupné z: https://digitalcommons.bard.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1033&context=senproj_f2016 Undergraduate Senior Projects. Bard College. Vedoucí práce Kris Feder

4 IDACAVAGE, SARA. FASHION HISTORY LESSON: THE ORIGINS OF FAST FASHION. Fashionista [online]. 2016 [cit. 2018-07-23]. Dostupné z: https://fashionista.com/2016/06/what-is-fast-fashion

5 Your clothes are killing us. In: CNN [online]. 2015 [cit. 2018-08-29]. Dostupné z: https://money.cnn.com/2015/05/22/news/economy/true-cost-clothing/index.html

6 M. GROSSMAN, Gene a Esteban ROSSI-HANSBERG. The Rise of Offshoring: It's Not Wine for Cloth Anymore [online]. USA, 2006 [cit. 2018-08-29]. Dostupné z: http://www.princeton.edu/~pcglobal/research/papers/grossman_rise_offshoring_0602.pdf Princeton University.

7 ANASTASIA, Laura. The High Cost of Fast Fashion. Junior Scholastic [online]. USA: Scholastic, 2017 [cit. 2018-07-23]. Dostupné z: https://junior.scholastic.com/issues/2017-18/090417/the-high-cost-of-fast-fashion.html

8 Full-year report. About H&M [online]. USA: H&M, 2018 [cit. 2018-07-23]. Dostupné z: https://about.hm.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/en/cision/2018/01/2110334_en.pdf

9 PORTER, Michael E. Competitive advantage: creating and sustaining superior performance: with a newintroduction. 1st Free Pressed. New York: Free Press, 1998, xxiv, 557 p. ISBN 0684841460., s. 36

10 HOLMAN, Robert. Ekonomie. 6. Praha: Beckovy ekonomické učebnice, 2016. ISBN 978-80-7400-278-6.

11 MONTON GARCIA, Jorge. Offshoring in Textile Industry [online]. 2014 [cit. 2018-08-29]. Dostupné z: https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/47923/Offshoring%20in%20textile%20industry%20project.pdf?sequence=1

12 BALDWIN, Richard. Globalsupplychains: whytheyemerged, whytheymatter, and wherethey are goingIN: ELMS, Deborah Kay; LOW, Patrick. Globalvaluechains in a changingworld [online]. Geneva: TemasekFoundation Centre forTrade, 2013, xxiii, 409 s. [cit. 2015-07-23]. ISBN 978-92-870-3882-1. Dostupné z: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/aid4tradeglobalvalue13_e.pdf

13 KANT, Rita. Textile dyeing industry an environmental hazard [online]. Chandigarh, India, 2012 [cit. 2018-08-30]. Dostupné z: https://file.scirp.org/pdf/NS20120100003_72866800.pdf. Panjab University. Vedoucí práce University Institute of Fashion Technology.

14 RADNER LINDEN, Annie. An Analysis of the Fast Fashion Industry, op. cit.

15 Genetically Modified Cotton, CBAN Factsheet. Cban [online]. [cit. 2018-09-02]. Dostupné z: https://cban.ca/gmos/products/on-the-market/cotton/genetically-modified-cotton-cban-factsheet/

16 M. KOCH, Holger a Antonia M. CALAFAT. Human body burdens of chemicals used in plastic manufacture [online]. 2009 [cit. 2018-09-12]. Dostupné z: http://rstb.royalsocietypublishing.org/content/364/1526/2063.figures-only

17 Cotton Production (total) & water consumption (2012). SusanHearting [online]. [cit. 2018-07-28]. Dostupné z: http://susanhaertig.com/vis/cotton, Cotton Production (total) & water consumption (2012). Better Cotton [online]. op. cit.

18 RADNER LINDEN, Annie. An Analysis of the Fast Fashion Industry, op. cit., KANT, Rita. Textile dyeing industry an environmental hazard [online]. op. cit.

19 SCHINDLER, W D a P J HAUSER. Chemical finishing of textiles [online]. USA: The Textile Institute, 2004 [cit. 2018-09-02]. Dostupné z: https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=S42kAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=fluorocarbons+in+textiles&ots=u0P5MslSdD&sig=Nam9IQl-bo4mXJXZUErLi15VeYC8&redir_esc=y#v=onepage&q=fluorocarbons%20in%20textiles&f=false

20 KANT, Rita. Textile dyeing industry an environmental hazard [online]. op. cit.

21 Environmental impacts in the fashion industry: a life-cycle and stakeholder framework [online]. 2012 [cit. 2018-07-25]. Dostupné z: https://www.

researchgate.net/publication/260979899_Environmental_impacts_in_the_fashion_industry_a_life-cycle_and_stakeholder_framework

22 Apparel Industry Life Cycle Carbon Mapping [online]. 2009 [cit. 2018-09-02]. Dostupné z: https://www.bsr.org/reports/BSR_Apparel_Supply_Chain_Carbon_Report.pdf. Business for Social Responsibility.

23 E. NAPPER, Imogen. Release of synthetic microplastic plastic fibres from domestic washing machines: Effects of fabric type and washing conditions [online]. England, 2016 [cit. 2018-07-25]. Dostupné z: http://dx.doi.org/10.1016/j.marpolbul.2016.09.025

24 Remy, N., Speelman, E. & Swartz, S. Style That's Sustainable: A New Fast-Fashion Formula [online]. 2016 [cit. 2018-07-23]. Dostupné z: https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability-and-resource-productivity/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula

25 A New Textiles Economy: Redesigning fashion's future [online]. 2017 [cit. 2018-07-25]. Dostupné z: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report_Updated_1-12-17.pdf

26 Risk Management and Corporate Sustainability in Aviation. 1. Ashgate, 2011. ISBN 978-1409411994.

27 Cíle udržitelného rozvoje. United Nations [online]. ČR, 2015 [cit. 2018-07-25]. Dostupné z: http://www.osn.cz/osn/hlavni-temata/sdgs/

28 De Brito, M.P.; Carbone, V.; Blanquart, C.M. Towards a sustainable fashion retail supply chain in Europe: Organization and performance. Int. J. Prod. Econ.2008, 114, 534–553. [Google Scholar]

29 CLAUDIO, Luz. Waste Couture: Environmental Impact of the Clothing Industry [online]. Enviromental Health Perspective, 2007 [cit. 2018-07-23]. Dostupné z: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1964887/. Article., PRODUCTION 2016. About Organic Cotton [online]. 2016 [cit. 2018-07-27]. Dostupné z: http://aboutorganiccotton.org/stats/ a Global Cotton Production to Increase in 2017/18. International Cotton Advisory Committee [online]. 2017 [cit. 2018-09-04]. Dostupné z: https://www.icac.org/Press-Release/2017/PR-41-17

30 Anson, R. Editorial: Can the shift of textile and clothing production to Asia be reversed? Text. Outlook Int. 2012, 19, 4–9. [Google Scholar]

31 Fletcher, K. Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys; Earthscan: London, UK, 2008. [Google Scholar]

32 De Brito, M.P.; Carbone, V.; Blanquart, C.M. Towards a sustainable fashion retail supply chain in Europe: Organization and performance. Int. J. Prod. Econ.2008, 114, 534–553. [Google Scholar]

33 Ho, P.Y.; Choi, T.M. A five-R analysis for sustainable fashion supply chain management in Hong Kong: A case analysis. J. Fash. Mark. Manag. 2012, 16, 161–175. [Google Scholar]

34 Nagurney, A.; Yu, M. Sustainable fashion supply chain management under oligopolistic competition and brand differentiation. Int. J. Prod. Econ. 2012, 135, 532–540. [Google Scholar] [CrossRef]

35 De Brito, M.P.; Carbone, V.; Blanquart, C.M. Towards a sustainable fashion retail supply chain in Europe: Organization and performance. Int. J. Prod. Econ.2008, 114, 534–553. [Google Scholar]

36 Etsy, D.; Winston, A. Green to Gold; Yale University Press: New Haven, CT, USA, 2009. [Google Scholar] a Muntean, A.; Stremtan, F. Green marketing: A new challenge for Romanian organizations. J. Environ. Prot. Ecol. 2010, 11, 1472–1474. [Google Scholar]

37 Resolutions and decisions adopted by the United Nations Environment Assembly of the United Nations Environment Programme at its first session on 27 June 2014 [online]. 2014 [cit. 2018-07-29]. Dostupné z: http://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/17285/K1402364.pdf?-sequence=3&isAllowed=y

38 Sound management of chemicals and waste [online]. 2016 [cit. 2018-07-29]. Dostupné z: http://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/11183/K1607167_UNEPEA2_RES7E.pdf?sequence=1&isAllowed=y

39 Sustainable consumption and production [online]. 2016 [cit. 2018-07-29]. Dostupné z: http://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/11184/K1607179_UNEPEA2_RES8E.pdf?sequence=1&isAllowed=y

40 Environment and health. UNEP [online]. 2018 [cit. 2018-07-28]. Dostupné z: https://papersmart.unon.org/resolution/uploads/k1800154.english.pdf

41 Investing in innovative environmental solutions for accelerating the implementation of the Sustainable Development Goals. UNEP [online]. 2018 [cit. 2018-07-28]. Dostupné z: https://papersmart.unon.org/resolution/uploads/k1800192.english.pdf

42 Managing soil pollution to achieve sustainable development. UNEP [online]. 2018 [cit. 2018-07-28]. Dostupné z: https://papersmart.unon.org/

resolution/uploads/k1800204.english.pdf

43 Targeted training in Jiangsu helps textile companies improve sustainability along value chains. UNEP [online]. 2017 [cit. 2018-09-02]. Dostupné z: https://www.unenvironment.org/news-and-stories/news/targeted-training-jiangsu-helps-textile-companies-improve-sustainability

44 Ethical Fashion Initiative. Ethical Fashion Initiative [online]. [cit. 2018-09-02]. Dostupné z: http://ethicalfashioninitiative.org/about-us/

45 The Consumer Product Safety Improvement Act (CPSIA). United States Consumer Product Safety Commission [online]. [cit. 2018-09-20]. Dostupné z: https://www.cpsc.gov/Regulations-Laws--Standards/Statutes/The-Consumer-Product-Safety-Improvement-Act a REACH Restrictions. European Commission [online]. [cit. 2018-09-20]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/growth/sectors/chemicals/reach/restrictions_en

46 How Fast Fashion works. In: Frajorden [online]. 2016 [cit. 2018-09-04]. Dostupné z: https://frajorden.files.wordpress.com/2016/07/fast-fashion--cycle-web.jpg?w=300&h=300

47 Sweatshop. Oxford living Dictionaries [online]. [cit. 2018-07-23]. Dostupné z: https://en.oxforddictionaries.com/definition/sweatshop

48 ANASTASIA, Laura. The High Cost of Fast Fashion. In: Junior Scholastic [online]. USA: Scholastic, 2017 [cit. 2018-07-23]. Dostupné z: https://junior.scholastic.com/content/dam/classroom-magazines/junior-scholastic/issues/2017-18/090417/the-high-cost-of-fast-fashion/JS-090417-06-11-Fashion-Popup4.jpg

49 Offshoring. In: BusinessDictionary [online]. [cit. 2018-08-29]. Dostupné z: http://www.businessdictionary.com/definition/offshoring.html

50 Outsourcing. In: BusinessDictionary [online]. [cit. 2018-08-29]. Dostupné z: https://searchcio.techtarget.com/definition/outsourcing

51 PORTER, Michael E. Competitive advantage: creating and sustaining superior performance: with a newintroduction. 1st Free Pressed. New York: Free Press, 1998, xxiv, 557 p. ISBN 0684841460., s. 36

52 THE GEOGRAPHY OF TRANSPORT SYSTEMS Commodity Chains and Added Value. Dostupné z: https://people.hofstra.edu/geotrans/eng/ch5en/conc5en/commoditychainsaddedvalue.html

53 Greenwashing. TechTarget [online]. [cit. 2018-08-30]. Dostupné z: https://searchcrm.techtarget.com/definition/greenwashing

The Kellner Family Foundation

tohle je generální partner

tohle jsou TOP partneři

MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky

PRAHA PRAGUE PRAGA PRAG

KB

Evropská komise
Zastoupení v České republice

METROPOLITNÍ UNIVERZITA PRAHA

US embassy

Erasmus+

tohle jsou partneři

VŠE

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

MĚSTSKÁ ČÁST PRAHA 3

Městská část Praha 6

SCIO

Embassy of Canada
Ambassade du Canada

AUTO ZRUCKÝ
DEALER NISSAN

tohle jsou podporovatelé

interhotel AMBASSADOR ZLATÁ HUSA

UNITED NATIONS
Informační centrum OSN v Praze

Microsoft

leo express

T

tohle jsou mediální partneři

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

RESPEKT