

Fjällräven proglašen najodrživijim brendom tekstilne i modne industrije

Švedski outdoor brend Fjällräven proglašen je industrijskim liderom po pitanju održivosti u najvećoj europskoj studiji o održivosti brendova, Sustainable Brand Index™. Birajući između više od 1400 brendova, više od 58 tisuća ispitanika iz 8 svjetskih država svojim su glasovima proglasili Fjällräven najodrživijim brendom outdoor industrije

U Fjällrävenu su svjesni koliko modna industrija utječe na okoliš, naročito klimatske promjene te i ovaj put ističu nužnost preuzimanja odgovornosti za naš planet i djelovanja koje će konačno konkretizirati pojam održivosti i udahnuti mu život i izvan ispraznih materijala o društveno odgovornom poslovanju.

"Održivost je vrijednost koja je duboko ukorijenjena u Fjällräven i trajno je sadržana u suštini svega što radimo. Nažalost ili ipak na sreću, nismo toliko dobri u samopromociji, koliko u trudu da se zaista dokažemo svojim djelima. Iznimno smo sretni što su potrošači prepoznali Fjällräven kao održiv brend te da cijene naše stalne napore da popravimo vlastite materijale, proizvodne procese i opskrbne lance s aspekta sljedivosti i održivosti", rekla je Christiane Dolva, direktorica održivosti u Fjällrävenu.

Fjällräven proizvodi izrađeni su sa snažnim fokusom na dugotrajnost, izdržljivost i održivost, tri parametra koji definiraju modus operandi za sve procese - od početnih nacрта do izbora materijala, od proizvodnje do onoga što se događa na kraju životnog vijeka samog proizvoda. Proizvodi bi trebali biti izdržljivi i dugotrajni u fizičkom, ali i emocionalnom smislu. Na kraju krajeva, koja je korist od proizvoda izrađenog od najtrajnijeg materijala na svijetu, ako će se doimati zastarjelim samo godinu nakon što ste ga kupili? Iz tog je razloga bezvremenski dizajn vrlo visoko na listi Fjällrävenovih prioriteta, tog netipičnog modnog brenda koji kao jedan od najvećih uspjeha smatra prijenos svojih proizvoda s generacije na generaciju. Ne želimo biti u trendu i poticati gomilanje odjeće, želimo stvarati proizvode koji će imati dug i sretan život sa svojim vlasnicima.

Kad je riječ o materijalima, upotreba recikliranih, organskih i obnovljivih materijala je prioritet. Svi proizvodi koriste metode impregnacije bez fluorkarbonata te se brend

prebacio na korištenje recikliranog poliestera i organskog pamuka u svim novim G-1000 proizvodima. Dobrobit životinja i društvena odgovornost ostaju u prvom planu rada i proizvodnih procesa brenda. Fjällräven je član Sustainable Apparel Coalition (eng. Koalicija za održivu odjeću) kao i dio UN Global Climate Action Initiative (Inicijativa Ujedinjenih naroda za klimatske promjene) koja je okupila vodeće modne brendove, trgovce i dobavljače i ostale dionike industrije koji su priznali doprinos klimatskoj promjeni i preuzeli odgovornost za to da aktivni i zajedničkim snagama ostvare korak naprijed prema klimatskoj neutralnosti. Ujedinjavanjem sudionika iza 16 načela i ciljeva, Inicijativa planira ostvarenje nulte emisije stakleničkih plinova do 2050., što je glavni cilj Pariškog sporazuma o klimatskim promjenama koji je Europska Unija donijela 2015.

Fjällräven je također prepoznat i kao industrijski lider u području transparentnosti i etičnosti u obradi paperja koj je detaljno propisano u dokumentu [Fjällräven Down Promise](#) te opsežnom održivom i sljedivom asortimanu artikala s vunom, što je pokazano u projektu [Fjällräven Brattlandsgården](#). Sve je to dio kontinuiranih napora brenda da smanji vlastiti utjecaj na okoliš održivom proizvodnjom.

Sustainable Brand Index™ je najveća neovisna europska studija o održivosti brendova koja uključuje više od 1400 brendova, više od 35 industrija i 58.000 potrošača u osam država. Studija se provodi na godišnjoj razini od 2011. godine. Saznajte više na www.sb-index.com.