

Viva!
Akcja dla zwierząt
Organizacja Pożytku Publicznego

&

mskpu



**EMPATIA
JEST W MODZIE**

#STOPFUTROM

Broszura powstała w ramach pokazu mody #stopfutrom organizowanego przez Międzynarodowy Ruch na Rzecz Zwierząt Viva! oraz MSKPU – Międzynarodową Szkołę Kostiumografii i Projektowania Ubioru.

Fundacja Viva! oraz MSKPU połączyły siły, by pokazać, że świat mody może się obejść bez okrucieństwa wobec zwierząt. Coraz więcej globalnych marek rezygnuje z futer w swoich kolekcjach. Gwiazdy, zarówno zagraniczne, jak i polskie, m.in. występujące na wybiegu pokazu #stopfutrom, też coraz głośniej wypowiadają swój sprzeciw w tej kwestii.

Lata pokazywania, jak wygląda rzeczywistość zwierząt na fermach, i nagłaśniania tematu sprawiły, że futra przestały być postrzegane jako synonim luksusu, a stały się symbolem bezduszności osób, które je noszą, i pazerności niektórych projektantów.

Nie bez znaczenia jest to, że technologia poszła do przodu i mamy obecnie na rynku ekologiczne i ergonomiczne materiały dużo lepszej jakości niż futra.

W broszurze „Empatia jest w modzie” znajdą Państwo więcej informacji na ten temat. Powiedzmy razem #stopfutrom – dla zwierząt, ludzi i środowiska.

ŚWIAT MODY ODCHODZI OD FUTER

Futra dawniej były synonimem luksusu, jednak od kiedy organizacje broniące praw zwierząt zaczęły pokazywać światu okrutną rzeczywistość ferm futrzarskich, stały się symbolem okrucieństwa. Dlatego dzisiaj coraz więcej światowych marek odchodzi od wykorzystywania w kolekcjach futer ze zwierząt.

Jeszcze 20 lat temu niewielu projektantów decydowało się na ten krok. Poza kilkoma, którzy od początku stawiali na bardziej etyczne materiały, jak Stella McCartney, większość nic sobie nie robiła z postulatów organizacji broniących praw zwierząt.

Jednym z pierwszych znanych projektantów, który zrezygnował z futer, był Calvin Klein. Decyzję podjął w 1994 roku i przyznał wówczas, że robi to pod wpływem materiałów wideo pochodzących z ferm futrzarskich. Ponad dekadę później do niego Ralph Lauren, Vivienne Westwood i Tommy Hilfiger.

Potrzeba było kolejnej dekady, by firmy zaczęły lawinowo deklarować chęć odejścia od futer. Rozwój technologii oraz wzmożone działania organizacji prozwierzęcych w tej dziedzinie sprawiły, że do listy antyfutrarskich



marki dołączyły: Giorgio Armani (2016), Jimmy Choo (2018), Michael Kors (2018), Gucci (2018), Jean Paul Gaultier (2018), Chanel (2018), Burberry (2019), Versace (2019), Victoria Beckham (2019), John Galliano (2019).

Dowodem na to, że świat mody się zmienia, jest też fakt, że w 2018 r. tydzień mody w Londynie był pierwszym w historii, podczas którego prezentowane były kolejne marki całkowicie wolne od futer.

W miarę jak rosła świadomość społeczna na ten temat, ludzie zaczęli krytycznie patrzeć na osoby, które noszą futra naturalne. W kampanie przeciwko zabijaniu zwierząt na futro zaczęły się włączać światowe gwiazdy, w tym Charlize Theron, Pink, Ellen DeGeneres czy Paul McCartney.

Świetnym przykładem obrazującym, jaką przemianę przeszedł świat mody pod tym względem, jest marka Donny Karan, DKNY. PETA apelowała do projektantki o odejście od nieetycznej mody już 20 lat temu. Organizowano protesty w miejscach, w których się pojawiała, także w Polsce. Publicznie prosiła ją o rezygnację z futer gwiazdy na całym świecie. Bezskutecznie. W 2018 roku zdecydowała się na ten krok. Dlaczego? Presja społeczna i zmiana nastawienia kobiet do noszenia futer zmusiły ją do zmiany strategii.

W dniu, w którym Gucci ogłosiła światu, że rezygnuje z futer, specjaliści od social mediów marki mieli ręce pełne roboty. Post na ten temat na Instagramie zyskał w ciągu kilku godzin 180 tys. polubień

Zmieniły się czasy, a co za tym idzie zmienił się klient. Jest dziś bardziej świadomy, ma łatwy dostęp do informacji i ważne jest dla niego zaangażowanie marki, której przekazuje pieniądze. W czerwcu 2017 r. grupa Yoox Net-a-Porter przeprowadziła ankietę, w której wzięty udział 24 tys. osób. Aż 72 proc. badanych odpowiedziało, że robiąc zakupy, kieruje się kwestiami społecznymi lub środowiskowymi. Natomiast 58 proc. stwierdziło, że większa ilość informacji na temat (nie)etycznej strony kupowanego produktu wpłynęłaby na ich decyzję o zakupie.

Marki nie mogą już dłużej ignorować problemu. Co mądrzejsze rezygnują z futer i... tylko na tym zyskują.

Raporty finansowe Gucci pokazują, że firma nie ucierpiła przez swoją decyzję. Zyskała natomiast dobry PR. W dniu, w którym Gucci ogłosiła światu, że rezygnuje z futer, specjaliści od social mediów marki mieli ręce pełne roboty. Post na ten temat na Instagramie zyskał w ciągu kilku godzin 180 tys. polubień.

Na rezygnacji z futer zyskują więc projektanci. Zyskują klienci. Przede wszystkim zyskują też zwierzęta. „Empatia” stała się trendy i pozostaje mieć nadzieję, że już nigdy nie wyjdzie z mody.



Futro jest naturalne tylko wtedy, kiedy znajduje się na zwierzęciu, które się z nim urodziło.

Vivienne Westwood



Futra? Kończę z tym. Nie chcę tworzyć mody, zabijając zwierzęta. To nie jest w porządku.

Donatella Versace



Spółeczna odpowiedzialność to jedna z kluczowych wartości Gucci, dlatego będziemy się starali być coraz lepsi dla środowiska i dla zwierząt.

Marco Bizzarri (Gucci)



Ludzie dzisiaj nie chcą wyłącznie produktu. Chcą wspierać firmy broniące wartości, w które sami wierzą.

John Galliano

Dzięki postępowi technologiczemu w inżynierii materiałów mamy teraz możliwość tworzyć ładne luksusowe ubrania bez futer ze zwierząt.

Michael Kors

Jako projektantka lubię pracować z materiałami, które nie krwawią.

Stella McCartney

Grupa Prada jest mocno zaangażowana w temat innowacji i społecznej odpowiedzialności, a nasza polityka nieużywania futer ze zwierząt jest tego przedłużeniem.

Miuccia Prada

Postęp technologiczny ostatnich lat dał nam alternatywy, dzięki którym stosowanie okrutnych i niepotrzebnych praktyk w stosunku do zwierząt jest zbędne.

Giorgio Armani



ZAMIAST FUTER

Moda ma dziś tak duży wymiar estetyczny oraz technologiczny, że oferta ciepłych wegańskich okryć na zimę może zaspokoić nawet najbardziej wymagających.

Na rynku jest wiele kurtek, płaszczy czy puchówek z syntetycznym/sztucznym lub naturalnym wypełnieniem pochodzenia roślinnego, np. ze sztucznego puchu, watoliny z wiskozy czy ocieplaczy z organicznej bawełny.

Syntetyczny efektywny wypełniacz to nic innego niż polimer, biopolimer, poliester, nylon czy nawet przetworzone plastikowe butelki. Mogą one być wykonane od razu z recyklingu oraz, co więcej, nadawać się do ponownego recyklingu. Niektóre są zaprojektowane tak, aby mogły szybciej biodegradować.

Syntetyki tradycyjne czy innowacyjne nie tylko wizualnie mogą imitować strukturę wełny czy puchu, ale dają nawet lepszą izolację przed niskimi temperaturami niż ich naturalne odpowiedniki. Są cieńsze, lżejsze i z technologiczną możliwością zamknięcia w środku włókna większej ilości powietrza, czym wyprzedzają swoich naturalnych konkurentów w rankingu izolacyjności.

Ubrania z wypełnieniem syntetycznym czy sztucznym zdecydowanie łatwiej czyścić, można je prać w pralce oraz suszyć w domu.

Jeżeli wojsko czy NASA stosuje powyższe technologie zamiast naturalnych wypełniaczy oraz ocieplaczy pochodzenia zwierzęcego, to chyba nie ma lepszej rekomendacji.



mskpu

jedyna szkoła z Polski wyróżniona
w międzynarodowej edycji VOGUE TALENTS
i jedyna ucząca etyki w modzie

Warszawska MSKPU, założona w 2004 roku, jest pierwszą i jak dotąd jedyną szkołą mody w kraju, w której wykładanie etycznego podejścia do projektowania ubioru było od początku priorytetem edukacyjnym szkoły. Zakaz projektowania z futer lub skór naturalnych jest umieszczony w statucie szkoły od początku jej istnienia. Słuchacze MSKPU uczestniczą nie tylko w regularnych zajęciach z etyki w modzie, ale także biorą udział w akcjach zewnętrznych partnerujących prozwierzęcym oraz proekologicznym organizacjom pozarządowym. Szkoła jest patronem wielu wydarzeń oraz projektów związanych z ochroną praw ludzi oraz środowiska w kontekście branży tekstylnej.

MSKPU jest także organizatorem oraz fundatorem konkursu Responsible Fashion Awards, którego zadaniem jest promocja proetycznych projektantów odzieży.

MSKPU od 2004 roku zdążyła zdobyć około 300 nagród oraz wykształcić wielu znanych absolwentów, wśród nich Magdalenę Butrym, Kas Kryst czy Margaret. Szkoła kładzie nacisk na międzynarodowe standardy nauczania, stąd w jej programie znajdują się wymiany międzynarodowe, zajęcia z wykładowcami z zagranicy czy wyjazdy na zagraniczne imprezy tematyczne. Do zespołu Master Classes MSKPU można zaliczyć takich wykładowców jak Alberto Campagnolo – wieloletniego stratega Giorgio Armani – czy Bryana Coló – projektanta marki Chloe Paris. MSKPU posiada unikatową umowę edukacyjną z partnerską uczelnią IADE Creative University zaliczaną do 50 najlepszych szkół dizajnu w rankingu magazynu Forbes.

Osiągnięcia uczelni są doceniane nie tylko w kraju, ale także za granicą. Podczas tegorocznego Milan Fashion Week oraz specjalnej edycji włoskiego VOGUE TALENTS (edycja dedykowana najlepszym debiutantom w modzie z całego świata) MSKPU jako jedyna w historii uczelnia artystyczna z Polski została zakwalifikowana do 20 najlepszych szkół mody. Szkoła jako pierwsza w kraju może poszczycić się tym wyróżnieniem oraz publikacją kolekcji dyplomowej tegorocznej absolwentki MSKPU – Julii Fusieckiej na łamach VOGUE TALENTS.

Osoby zainteresowane nauką w cyklu 2-letnim w MSKPU zapraszamy na stronę www.mskpu.pl lub na social media instytucji – Facebook oraz Instagram.

FUR FREE ALLIANCE I SKLEPY WOLNE OD FUTER

Fur Free Alliance to międzynarodowa koalicja kilkudziesięciu organizacji zajmujących się ochroną zwierząt, współpracujących ze sobą w celu zakończenia eksploatacji i zabijania zwierząt ma futra. Członkami koalicji są dwie polskie organizacje, Fundacja Międzynarodowy Ruch na Rzecz Zwierząt Viva! i Stowarzyszenie Otwarte Klatki.

Jednym z tematów, na które koalicja kładzie nacisk, jest zmiana polityki marek modowych w kwestii wykorzystywania futer ze zwierząt do produkcji ubrań. Koalicja stworzyła w tym celu program „Fur Free Retailer” – wiodący na świecie program promujący marki, które podpisały deklarację niewykorzystywania futer w swoich kolekcjach. Program ma na celu zachęcić firmy do zmiany polityki i skierowania się w stronę bardziej etycznych materiałów w modzie.

Program jest prowadzony w prawie 30 krajach, w Polsce koordynują go Otwarte Klatki.

Przystępują do niego zarówno marki, które nie sprzedawały do tej pory futer, uspokajając tym samym klientów, że nie będą tego robiły w przyszłości, jak i marki, w których asortymencie znajdowały się futra w formie całych płaszczy, ale też obszyć kurtek, rękawiczek i dodatków.

Obecnie do programu przystąpiło ponad 1 tys. marek, w tym: Diverse, Michael Kors, Gucci, Hugo Boss, Giorgio Armani, Oysho, Massimo Dutti, Topshop, Next, Zara, Pull&Bear, Vero Moda, Zalando, Tom Tailor, Bershka, Lee, H&M, C&A, Diverse, Etam.





Czy wiesz, jaki ssak drapieżny
jest najliczniejszy w Polsce?
Czy widzisz go na zdjęciu?

Odpowiedź
na następnej stronie

ODPOWIEDŹ

Najliczniejszym ssakiem drapieżnym w Polsce jest norka amerykańska. Nie widać jej na zdjęciu, bo norki są zamknięte w ciasnych klatkach za wysokimi murami ferm futrzarskich.

W Polsce zabija się ich co roku na futro prawie 10 milionów. Pod tym względem jesteśmy drugim krajem w Europie, a trzecim na świecie.



Zwierzęta hodowane na futro rodzą się na wiosnę, a późną jesienią, kiedy ich futro zgęstnieje, zabija się je w okrutny sposób. Te kilka miesięcy życia, które dzieją się od śmierci, spędzają w małych klatkach, na gołych kratkach. Bywa, że są stłoczone po kilka w klatkach, co może prowadzić do wzajemnej agresji. Nie mają jak kopać w ziemi, pływać, skakać i wykonywać naturalnych dla siebie czynności.

Po kilku miesiącach życia w strachu i ścisku zwierzęta są wyciągane z klatek i zabijane. Lisy zabija się poprzez rażenie prądem, a norki zagazowanie. W ten sposób hodowcy dbają o to, by podczas uboju nie uszkodzić zwierzętom futra.





Celem kampanii *Jutro Będzie Futro* prowadzonej przez Fundację jest wprowadzenie zakazu chowu zwierząt na futro w Polsce i uświadamianie obywateli na temat etycznej mody.

W ramach kampanii do tej pory udało się m.in.:

- wypuścić pierwszy pełnometrażowy film dokumentalny na temat przemysłu futrzarskiego w Polsce;
- przeprowadzić śledztwa na ponad 100 fermach;
- wydać kompleksowy raport na temat przemysłu futrzarskiego, który został zaprezentowany w Sejmie i rozestany do wszystkich postów i Powiatowych Inspektoratów Weterynarii;
- zgromadzić szereg merytorycznych danych nt. branży futrzarskiej w Polsce, m.in. z PIW-ów, Ministerstwa Finansów, GUS-u, ZUS-u;
- wspierać mieszkańców protestujących przeciwko fermom;
- zamknąć jedną fermę i uniemożliwić budowę lub rozbudowę kilku kolejnych;
- założyć Lisi Azyl, w którym znalazły schronienie uratowane przed Fundacją lisy i jenoty;
- nagłośnić temat w mediach;
- nagrać czołowych polityków wypowiadających się za wprowadzeniem zakazu;
- walczyć w Sejmie o wprowadzenie zakazu;
- zaangażować w kampanię znane osoby, które publicznie wsparły dążenie do wprowadzenia zakazu;
- zorganizować kilkaset akcji ulicznych;
- zorganizować demonstrację pod Sejmem na kilka tysięcy osób.

Osoby zainteresowane wsparciem kampanii i włączeniem się w działania antyfutrarskie Fundacji prosimy o kontakt: antyfutro@viva.org.pl

#STOPFUTROM

Artykuły: Martyna Kozłowska, dr Magdalena Płonka
Korekta: Joanna Wlazło
Skład: Martyna Kozłowska
Konsultacje techniczne: Mikołaj Jastrzębski

Broszura sfinansowana przez firmę Diverse

© Copyright by Fundacja Międzynarodowy Ruch na Rzecz Zwierząt – Viva! 2019

