



#bodidirekten

@direktni: Aljoša, Andrej, Damir, Daniel, Erika, Franz, Gabriel, Giada Helena, Ines, Jakob, Johanna, Julijan, Leo, Martin, Martina, Nicolò, Sanja, Svetlana in Veronica

petek, 8. januarja 2021 | št. 1 | leto III

mladi@primorski.eu

Posebno leto 2020 je končno za nami. @Direktovci si želimo, da bi bilo leto 2021 za vse leto prepoveda in novega začetka. Letošnjo prvo številko @Direkta smo posvetili modi; v upanju, da bi vam lahko tudi v tem letu pomagali, da se izrazite na najboljši način, tudi z izborom oblačil!



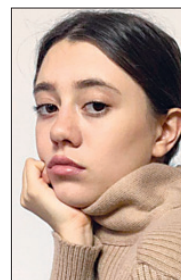
- berto_zaiia: Ha ha, kar reče vlada, jaz naredim obratno, ha ha
- alojz_gradnik: Narobe svet, ha ha
- avstralija_official: Ja ... tako ... copyright ...
- maxi_fedriga: Ha ha, kar reče Zaiia, jaz naredim, ha ha
- borisjohnsonuk: Xe poco de scherzar :)
- rondodasosa: Zakaj sem tukaj? Nimam nič za reči. Čau.
- erwin.schrodinger: Predstavljam si razlagati kvantno mehaniko z eno mačko.
- muca.schrodinger: Predstavljam si biti živ in mrtev istočasno.
- matteoreenziufficiale: Cade?
- l'uomogatto: Caduta libera ...
- donaldjtrump: Georgia ... Georgia on my mind ...
- joe_alabama_biden: Kdor molči, desetim odgovori.
- us.state.georgia: Sm te blokiru na whatsapp, skuža ...
- _macek_muri_: Pomislite, s cepivi bomo lahko ponovno žurali v Mačjem mestu!
- primorskidnevnik: Kolonizacija postaj se je začela, ho ho ho ho ho

piscikomentarjevdirekt: S tem komentarjem je hotelo uredništvo dnevnika na hecen način reči, da so v zadnjih časih izobesili številne panoje na avtobusnih postajah, da bi vsem voščili vesel božič! Izkoristimo priložnost, da tudi vam želimo prijetno nadaljevanje dneva (ob branju Primorskega, seveda).

Ste se kdaj spraševali, kaj bi lahko storili s starimi oblačili, ki jih ne potrebujete več? Kam gredo oblačila, ki smo jih odrabili, ali oblačila, ki jih v trgovini nihče ne kupi? Ali je mogoče pri nakupu oblačil privarčevati in istočasno poskrbeti za okolje? Pogovorili smo se s Chloé in Megane. Vsaka se na svoj način ukvarja s prodajo rabljenih oblačil.

Chloé se je že pred petimi leti zavedala, da se veliko oblek, tudi najbolj znanih znamk, slej ko prej znajde v smeteh. Ko je pomislila še na onesnaževanje, ki ga proizvajata svet mode in prodaja oblačil, se je odločila, da bo začela prodajati rabljena oblačila na spletu. Začela je na platformi Depop, prvem socialnem omrežju, na katerem lahko kupujemo rabljena oblačila. »Moj največji dosežek je, da sem že veliko ljudi prepričala, da ni nič slabega v kupovanju rabljenih oblačil, in jih zvalila v čudoviti svet recikliranja oblek,« nam je priznala Chloé. Ko kupujemo rabljene obleke, vemo, da bomo izdelek plačali po primerni ceni ali zanj odšteli celo manj. Večkrat se namreč zgodi, da oblačila v trgovinah preplačamo. Chloé svoje obleke prodaja na lastni spletni strani chlosettevintage.com.

Čudoviti svet recikliranja oblek ...



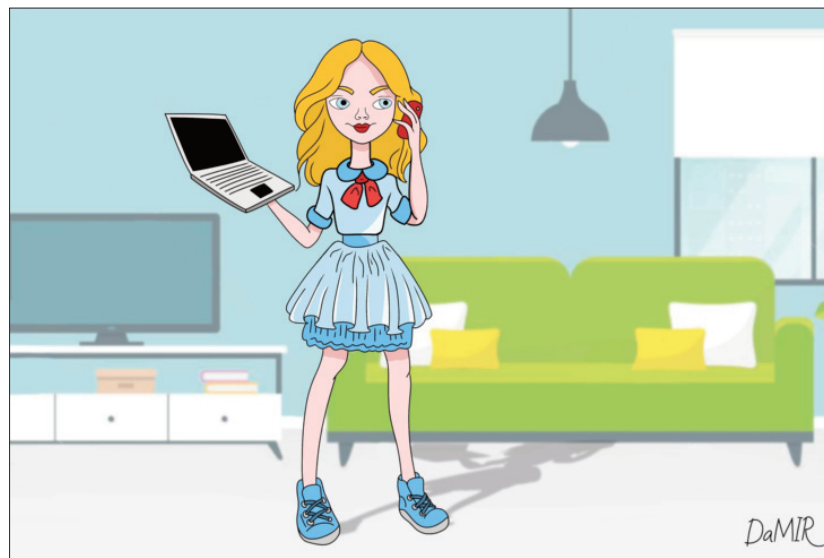
Chloé



Megane

Megane se je odločila, da bo začela rabljena oblačila prodajati na spletu, ko je nekega dne pospravljala sobo in ugotovila, da ima ogromno oblek, ki jih ne nosi več, saj ne grede več k njenemu stilu. »Če mislim, da bi lahko kakšen kos oblačila uporabil kdo

drug, zakaj ne bi tega storila?« se je spraševala Megane. Pred tremi leti je prvič kupila rabljen šal in se zaljubila v idejo kupovanja in prodajanja rabljenih oblek. »Iskanje kvalitetnih rabljenih oblek je pravi lov na zaklad!« nam je navdušeno povedala. Svet mode je sicer ena izmed industrij, ki najbolj onesnažuje, saj se moda nenehno spreminja in ljudje ves čas kupujejo nova oblačila. S kupovanjem rabljenih oblačil pa oblekam, ki so še vedno v odličnem stanju in jih ne potrebujemo več, damo novo življenje. »Seveda pred prodajo vse obleke skrbno operem in očistim, da kupec dobi res kvaliteten izdelek.« Megan in njena oblačila lahko najdete na Instagramu in Depopu pod imenom @_basorexia__



Na drugi strani ... prodajnega pulta

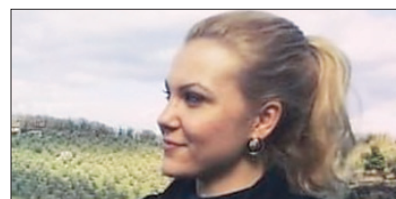
Pogovarjali smo se tudi z Gaio Villatora Milič, Tržačanko, rojeno v Slivnem. Po končanem diplomskem študiju na tržaški in lizbonski univerzi ter magistrirju na 24ORE Business School v Milanu je bila dve leti in pol zaposlena v podjetju visoke mode Salvatore Ferragamo, pri katerem se je ukvarjala s trženjem.

S čim si se pravzaprav ukvarjala?

Na podlagi podatkov o prodaji in bodočih modnih trendov smo razvijali nove kolekcije. V trgovini z visoko modo so namreč predstavljeni izdelki mešanica tega, kar bi lahko postalo uspešnica, in dejanskega trenda, in to na globalni ravni. Ustvarjali smo kolekcijo, ki bi bila primerna tako v Italiji kot tudi v ZDA in na Japonskem.

Ali si opazila kakšno razliko med italijanskim in preostalimi trgi?

Ja, vsak teden znova sem opazila kulturne razlike. Evropski potrošnik je bolj konservativen, usmeri se k brezčasni obleki, zelo ceni kakovost, podobno tudi na Japonskem. Na Kitajskem pa je pomemben predvsem dobro viden logotip. Podobno je tudi v ZDA. V tem primeru so sicer razlike vidne že med Atlanto in Bostonom, nasploh pa si želijo izdelkov, ki izstopajo.



Gaia Villatora Milič

Kakšna je ciljna publika takšnega podjetja – mladi ali bolj premožni, starejši?

Odvisno je od znamke. Ferragamo se usmerja h kakovosti materialov, sodobnemu dizajnu, ki pa lahko zdrži več sezon, tako da je namenjen predvsem kupcem, starejšim od 35 ali 40 let. Veliko znamk, kot sta Gucci in Dior, pa je usmerjenih k različnim končnim kupcem, ki so načeloma mlajši. Nasploh pa je med mlajšimi razširjena težnja k trendu mix & match: svoje obleke kupijo recimo v Zari, dodajo pa jim modni dodatke, kot sta torbica Dior, pas Gucci ipd.

Trgovine, kot sta Zara ali H&M, so večkrat naletele na kritike zaradi t. i. »fast fashiona« (hitre mode).

Nedvomno je bila poteza hitre mode uspešna, saj imajo zelo kratko distribucijsko verigo: ogledajo si modni defilé Diora in po enem mesecu predstavijo zelo podobne kolekcije, medtem ko se ta v luksuznih trgovinah predstavi šele leto kasneje. Ostajata pa dva problema: etika zaradi proizvodnje v državah, v katerih je delovna sila cenejša, in okoljsko vprašanje, saj obleko, ki ni več modna, preprosto zavržemo. Vprašanje je, ali ne bi raje kupili nekoliko dražje obleke in jo nosili več let.

Spomladanski modni napotki in koronačas

Leto 2020 je zaradi izbruha pandemije prineslo nove navade in nam tako spremenilo celo stil življenja. Spremembe so opazne tudi v številnih industrijskih panogah – med njimi je celo moda. Vsi poznamo legendarne modne prireditve, kot sta milanski ali newyorški teden mode, na katerih se letno zbere na tisoče ljudi. Letos pa je žal situacija nekoliko drugačna. Med 13. septembrom in 6. oktobrom so modne revije potekale virtualno.

Koronavirus in lockdown sta vplivala celo na zamisli modnih ustvarjalcev, ki so poudarjali predvsem željo po novem začetku. Običajno so nam velike modne hiše predstavile sanjske obleke: barvne, ekstravagantne, s posebnimi kroji. Obleke, ki bi jih navadni ljudje oblekli samo za zelo posebne priložnosti. Zdaj pa so se znamke usmerile v udobne, široke in svetle obleke, primerne za delo na daljavo. Francoska modna hiša Chanel se je na primer osredotočila na t. i. smart working (torej delo na daljavo) in tako predstavila praktične nizke čevlje brez pet. Italijanska Fendi je navdih za svojo kolekcijo našla v gospodinjstvu in domačnem vzdušju, ki prevladuje v karanteni. Pomlad in poletje 2021 bosta zaznamovana z dolgimi oblekami, odprtimi na zadnji strani. Modna bodo tudi krila s tankimi trakovi, bleščečimi se in svilenimi, skoraj prozornimi tkaninami. Takšne obleke nas spominjajo na intimnost in skrivnostnost spalnice, ki pa jih s kakšnim dodatkom lahko nosimo tudi drugje.

Tudi pri barvah lahko opazimo večje udobje, saj ni prostora za žive barve. Veliko bo pastelnih barv, ki nam dajo občutek miru in sproščenosti. Najpogostejši pa bodo svetli odtiski akvamarina, ki nas spominja na metin čaj in tople poletne dni.

Čeprav so sedanje modne revije neobičajne, nas vsekakor očarajo in nas popeljejo v drug svet. Moda je umetnost in kot taka je povezana s človeškimi občutki in vsem, kar človeka pretrese. Hkrati pa lahko v nas vzbudi up, da bomo čim prej znova začeli svoje pisano življenje.