

Tiedote
Vapaa julkaistavaksi

Tulevaisuuden vaateteollisuuden pitää kunnioittaa sekä ihmisiä että planeettaa

Vaatevallankumous-kampanja vaatii reilumpaa, turvallisempaa ja läpinäkyvämpää vaateteollisuutta. Vuosittain järjestettävää maailmanlaajuista kampanjaviikkoa vietetään ensi viikolla 22.–28.4. Suomessa kampanja näkyy useilla paikkakunnilla.

Tämän vuoden Vaatevallankumous-kampanjassa ihmisiä kehoitetaan tiedostamaan heidän oma vaikutuksensa ja arvostamaan laatua määrän sijasta. Esimerkiksi [vaatteen käyttöään pidentäminen](#) yhdeksällä kuukaudella vähentäisi hiili- ja vesijalanjälkeä sekä jätteen määrää jopa 20–30 prosentilla.

”Kannustamme ihmisiä vaatimaan vaatemerkeiltä vastuullisuutta ja läpinäkyvyyttä #whomademyclothes -kysymyksillä. Samaan aikaan kannustamme meitä kaikkia vaatteiden käyttäjiä vaalimaan vaatteitamme enemmän, pitämään niistä parempaa huolta ja opettelemaan korjaamaan niitä”, Suomen Vaatevallankumous-kampanjatiimin vetäjä, kestävyys- ja muotiasiantuntija **Elisa Kärki** sanoo.

Vaateteollisuudessa on edelleen monia ongelmia, kuten nykyajan orjuus, naisiin kohdistuva seksuaalinen häirintä ja väkivalta sekä massiiviset hiilidioksidipäästöt ja vaatejäte. Vaatevallankumous vaatii kulttuurista muutosta, sillä meillä ei ole varaa elää maailmassa, jossa vaateemme tuhoavat luontoa ja riistävät ihmisiä.

Kuluttajat vaativat muutosta

Alusta asti Vaatevallankumouksessa ihmiset ympäri maailmaa ovat vaatineet vaateteollisuudelta vastuullisuutta ja läpinäkyvyyttä kysymällä vaatemerkeiltä #whomademyclothes.

Kampanjaviikolla 24. huhtikuuta julkaistavassa kansainvälisessä Fashion Transparency Indexissä on tänä vuonna mukana 200 vaatebrändiä/jälleenmyyjää, myös Suomesta Lindex (Stockmann) ja Prisma (S-ryhmä). Vuosi vuodelta brändit ovat avanneet tuotantoketjujaan laajemmin.

Läpinäkyvyydelle on tilausta, sillä Fashion Revolutionin teettämän [kuluttajatutkimuksen](#) mukaan kuluttajat haluavat tietää enemmän vaatteidensa alkuperästä ja vaativat muotibrändeiltä konkreettisia tekoja kohti eettisempää ja ekologisempaa tuotantoa.

Tutkimukseen vastanneista 80 prosenttia oli sitä mieltä, että brändien tulisi kertoa avoimesti tuottajistaan. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että vaatemerkkien tulisi torjua globaalia köyhyyttä (84 %) ja ilmastonmuutosta (85 %).

Reilu kolmannes vastaajista kertoi ottavansa huomioon sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset vaateostoksia tehdessään. Vaatevallankumous haluaa olla tekemässä isompaa ja nopeampaa muutosta, jossa vaateteollisuus toimii vastuullisesti ja ihmiset ostavat ja käyttävät vaatteita harkitummin.

Tapahtumia ympäri Suomen

Kampanjaviikolla järjestetään tapahtumia muun muassa Helsingissä, Turussa, Tampereella, Jyväskylässä, Seinäjoella, Varpaisjärvellä ja Lapinlahdella. Tapahtumien tarkemmat tiedot löytyvät Vaatevallankumouksen verkkosivuilta osoitteesta <https://www.fashionrevolution.org/europe/finland/>

Vaatevallankumouksen Suomen tiimi järjestää Rana Plazan romahduksen vuosipäivänä 24.4. klo 14–20 [Vaatevallankumous goes Oodi -tapahtuman](#). Oodin kirjakannella koetaan ainutlaatuinen I made your clothes WEECOS -muotinäytös, missä kuullaan tarinoita vaatteiden tekijöistä ja mukana olevien merkkien vastuullisuustyöstä. Tekijät ovat tavattavissa muotinäytöksen jälkeen Meet your maker -osiossa.

Uusi elämä vaatteelle -korjauspajassa opitaan muun muassa huoltamaan ja korjaamaan vaatteita ja saadaan käytännön vinkkejä hyvälaatuisten vaateen tunnistamiseen. Asiantuntijoiden puheenvuoroissa ja niitä seuraavissa keskusteluissa käsitellään muun muassa kampanjan vaikutuksia, vastuullisuutta ja muodin hidastamista. Kuvausnurkalta voi hakea #whomademyclothes -kyltin ja parhaat vinkit kuvan ottamiseen. Love Stories and Resources -huoneesta voi esimerkiksi lainata kirjan tai tutustua muihin kampanjan teemoja tukeviin materiaaleihin. Tapahtuma järjestetään yhteistyössä SOL Pesulapalveluiden kanssa

Lisätietoja

Kampanjasivut suomeksi: [fashionrevolution.org/europe/finland/](https://www.fashionrevolution.org/europe/finland/)

Pressikuvat: https://drive.google.com/drive/folders/0B9jCg_io2PeZbkRsZkdvWmIxV2s

Instagram: [@vaatevallankumous](https://www.instagram.com/vaatevallankumous)

Facebook: [facebook.com/vaatevallankumous](https://www.facebook.com/vaatevallankumous)

Twitter: [@Fash_Rev_Finl](https://twitter.com/@Fash_Rev_Finl)

#whomademyclothes #vaatevallankumous #fashionrevolution

Taustaa

- Vaatevallankumous (eng. Fashion Revolution) on saanut alkunsa bangladeshilaisen Rana Plaza -rakennuksen romahtamisesta 24.4.2013. Katastrofissa kuoli yli 1 130 ompelutehtaan työntekijää ja noin 2 500 ihmistä loukkaantui.
- Vaatevallankumouksessa kampanjoidaan positiivisen muutoksen puolesta. Kampanja haluaa, että vaatemerkit selvittävät, missä niiden vaatteet valmistetaan ja että brändit puuttuvat tuotannossa oleviin epäkohtiin. Kampanja järjestetään tänä vuonna 22. - 28.4. yli sadassa maassa.

- Kampanjassa kannustetaan ihmisiä ottamaan kuvan vaatteestaan ja kysymään vaatemerkillä sosiaalisessa mediassa #whomademyclothes. Vuonna 2018 lähes 4 000 vaatemerkkiä jakoi tietoja tavarantoimittajistaan tai julkaisi kuvia työntekijöistään vastaten #imadeyourclothes.