

työpaja

6.

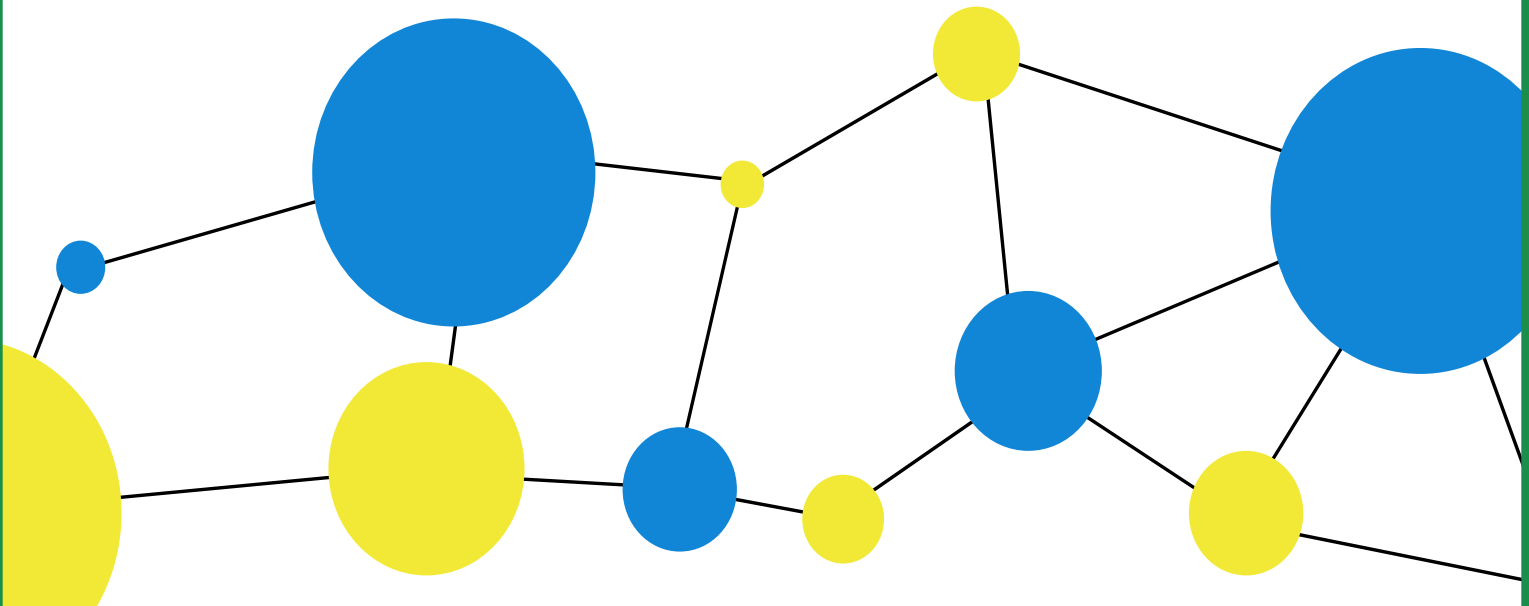


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Euroopan komission tuki tämän julkaisun tuottamiselle ei merkitse sen sisällön hyväksyntää, julkaisun sisältö heijastaa vain tekijöidensä näkemyksiä, eikä komissiota voida pitää vastuussa julkaisussa olevien tietojen mahdollisesta käytöstä.

muoti ja kierrättäminen



1 mitä haluamme saavuttaa tämän työpajan avulla?

Tässä työpajassa käsittelemme sitä, miten muotiin ja pukeutumiseen liittyvillä pienillä valinnoilla ja asenteen muutoksilla voi olla positiivinen vaikutus ympäristöön.

Pohdimme, kuinka syntyvän jätteen määrää voidaan samalla vaikuttaa kun nautimme muodista. Pystymme kenties vaikuttamaan myös siihen, kuinka perheemme ja ystävämme sekä yhteisömme voisivat vähentää roskeen heitettävien vaatteiden määrää.

Haluamme olla aktiivisesti jakamassa tietämystämme ja vaikuttaa myöskin muutoteollisuuteen.

2 tavoitteet: suoritetuasi tämän osion, sinulla on seuraavat tiedot ja taidot:

1. Kiertotalous

Sinulla on perustiedot siitä, mitä kiertotalous tarkoittaa ja miten omat valintasi vaikuttavat talouteen, ympäristöön ja muihin ihmisiin, joiden kanssa me kaikki jaamme tämän planeetan.

2. Negatiivinen skenaario

Tunnistat esimerkkejä ja tilanteita, joissa media ja sosiaalinen media muovaavat ajatteluamme muodista.

Opit ja ymmärrät näihin aiheisiin liittyvän terminologian ja osaat selittää termejä (ottaen huomioon oppijan iän).

Tiedät, kuinka etsiä lisätietoa internetistä.

Ymmärrät, mitä vaatteillemme tapahtuu, kun niistä tulee jätettä, ja millainen vaikutus tällä on ympäristöön.

Ymmärrät, miten monimuotoinen prosessi vaatteiden tekeminen on.

Tunnistat esteitä kierrätykselle.

Ymmärrät, kuinka media ja sosiaalinen media vaikuttavat meihin yrittämällä luoda tarpeen ostaa ja heittää pois yhä enemmän ja enemmän.



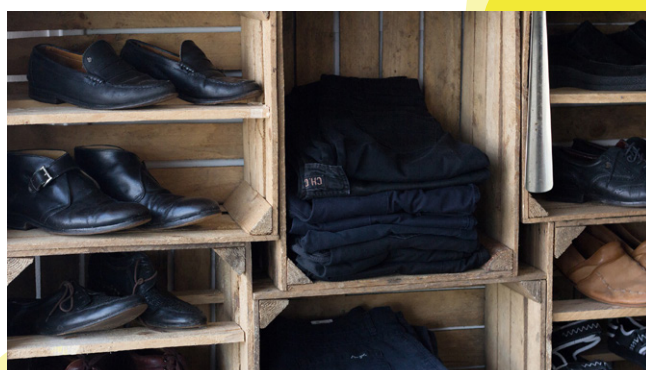
Kuvakkeiden lähde Darius Dan

3. Positiivinen skenaario

- Tiedät, millaisella omalla, ystäviesi ja perheesi jokapäiväisellä toiminnalla voi olla välitön vaikutus kiertotalouteen ja ympäristöön.
- Tunnistat esimerkkejä hyvistä käytännöistä muotialalla.
- Osaat selittää, mitä kestävä muoti on ja miksi se on tärkeää.
- Tiedät kuinka selittää, miksi on tärkeää ottaa huomioon vaatteiden ja tekstiilien kierrätystapa ja miten tämä vaikuttaa planeettaan.
- Tunnistat positiivisia toimia, jotka ovat tehokkaita vaatteiden kierrätyksessä.
- Osaat etsiä esimerkkejä luovista kierrätystavoista.
- Ymmärrät kuinka ostamalla vähemmän tuotteita ja heittämällä vähemmän pois voit vaikuttaa positiivisesti kiertotalouteen.
- Ymmärrät kuinka voimme vaikuttaa muihin, jotta he tekisivät harkittuja valintoja.
- Opit ja ymmärrät näihin aiheisiin liittyvän terminologian ja osaat selittää termejä (ottaen huomioon oppijan iän).
- Tiedät, kuinka etsiä lisätietoa internetistä.



Voiko säkillisen muovihenkareita käyttää uudelleen? Vai eikö niistä enää ole hyötyä? Voiko ne kierrättää?



Kirpputorin hyllyt. Oletko koskaan ollut tällaisessa myymälässä? Oletko ostanut mitään? Oletko koskaan lahjoittanut mitään?



Valtavan suuri vaatekaappi, täynnä vaatteita... kertoisitko mielipiteesi? Haluaisitko sellaisen? Mitä ajattelet sellaisen vaatemäärän säilyttämisestä?



Mitä tämä kuva viestii sinulle?

3 mitä tarkoittaa kiertotalous ja miten se liittyy valitsemiimme vaatteisiin? miten päätöksemme ja toimintamme voivat vaikuttaa ympäristöön ja heihin, jotka toisella puolella maapalloa tekevät vaatteemme?

Lisätietolinkit:



- Käytettyjen vaatteiden kauppa kasvaa, mutta tehokkaimmin pikamuodin haittoja suitsisi lainsäädäntö
- Kymmenen ilmastonmuutoksesta usein kysyttyä kysymystä
- ”Kuinka kehtaatte!” Greta Thunbergin tunteikas puhe
- Rakkaudesta vaatteisiin

Syitä sanoa kyllä kiertotaloudelle:

- On tehtävä suuria muutoksia siihen, miten kohtelemme planeettaamme. Mikäli niitä ei tehdä, planeettamme voi vaurioitua pysyvästi.
- Tämä voi johtaa ilmastonmuutokseen niin, että joissain paikoissa tulee olemaan mahdotonta asua. Mikäli näin tapahtuu, kärsimme siitä kaikki.
- Meidän tulee tietää, että emme tue huonoa

palkkausta ja huonoja työskentelyoloja, kun ostanne vaateen.

- Voimme valita tukevamme firmoja, jotka kohtelevat työntekijöitään reilusti.
- Voimme myös valita tukevamme yrityksiä, jotka pitävät huolta ympäristöstä.



1960-luvulta lähtien kasvoi aivan uusi muotikulttuuri, jota ensimmäistä kertaa ohjasi nuorten kulutus. Suhteellisen pienillä rahamäärillä oli mahdollista määritellä ja ilmaista "kuka olit," jolloin yhä useammat ihmiset saattoivat kommunikoida vaatteiden kautta sosiaalisesta ja taloudellisesta taustastaan riippumatta.

Muodista tuli pikamuotia, sen vaihtuvuus nopeutui. Mikä oli muodikasta tällä kaudella, ei todellakaan ollut sitä enää seuraavalla sesongilla. Muotisuunnittelijoista tuli sankareita. He johtivat teollisuutta, joka ei ottanut huomioon kestävyyttä eikä ollut kiinnostunut jätemäärästä. Pian muotimerkkien oli löydettävä tapoja pysyä kohtuuhintaisten vaatteiden kasvavan kysynnän perässä, mikä johti massiivisten tekstiilitehtaiden avautumiseen kehitysmaissa, mikä puolestaan mahdollisti sen, että yhdysvaltalaiset ja eurooppalaiset yritykset saattoivat säästää miljoonia ulkoistamalla työvoimansa.

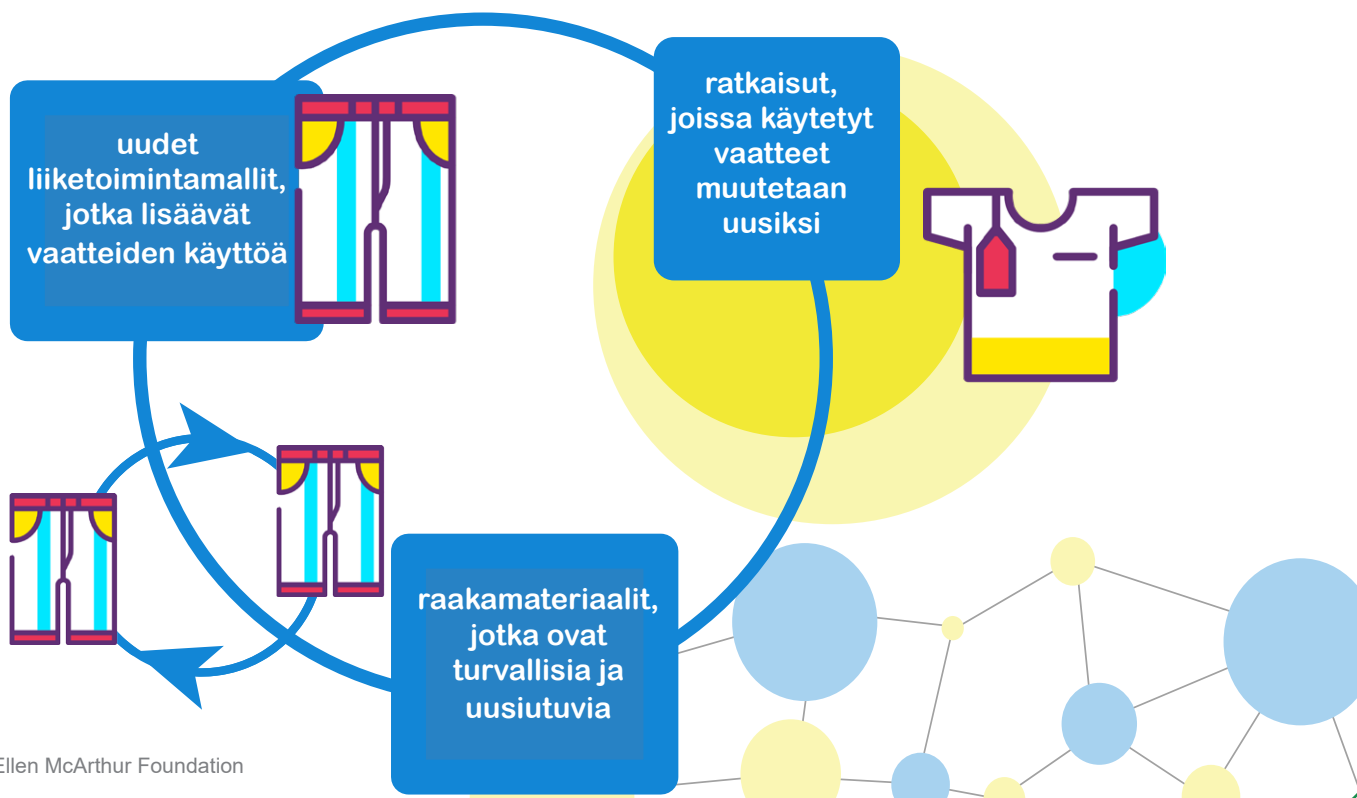
visio uudesta tekstiilitaloudesta

Alan nykyiset johtajat, mukaan lukien Zara, H&M, TopShop ja Primark, aloittivat pienempinä myymälöinä Euroopassa. Ne kaikki keskittyivät kohtuuhintaisiin trendikkäisiin vaatteisiin, jotka lopulta laajensivat toimintaansa ympäri Eurooppaa, ja tunkeutuivat Yhdysvaltojen markkinoille 1990–2000-luvuilla.

Nopea kasvu, joka määrittelee nämä tuotemerkit tänään, kulkee käsi kädessä kustannussäästötoimenpiteiden kanssa, eivätkä monet yritykset olekaan halukkaita vaihtamaan takaisin ulkomailta toimivien hikipajojen työvoimasta.

Pikamuotia pidettiin tavoiteltavana asiana. Esimerkiksi kun Zara tuli New Yorkiin vuoden 1990 alussa, New York Times käytti sanaa "pikamuoti" kuvaamaan myymälän missiota ja kertoi, että vaatii vain 15 päivää, ennen kuin vaate siirtyy suunnittelijan mielikuvasta kaupan rekkeihin. Ne kaupat, jotka eivät kyenneet pysymään mukana tässä tahdissa, ajettiin konkurssiin.

Vaikka nykyisen pikamuodin alkuperää on vaikea tunnistaa täsmällisesti, on helppo ymmärtää, miten ilmiöstä tuli tarttuva. 1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alkupuolella oli yhä hyväksyttävämpää (ja toivottavampaa) ilmaista rakkautensa halpaa muotia kohtaan.



Lähde: Ellen McArthur Foundation

kysy itseltösi nämä kysymykset



Vilkaise hintalappua. Minkä prosenttiosuuden vaateen hinnasta arvelet menneen henkilölle, joka teki sen?

Kuinka monta kertaa tulen käyttämään tätä?

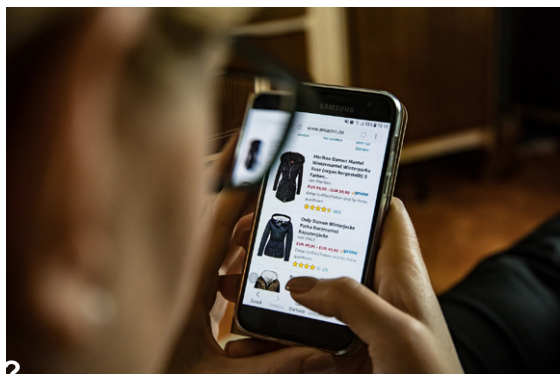
Kauanko menee siihen, että heitän tämän vaateen pois?

Mistä se on peräisin? Montako kilometriä se on matkannut, ennen kuin päätyi liikkeeseen?

Onko olemassa vaatemerkkejä, jotka ottavat nämä asiat huomioon?

Kuinka media vaikuttaa minuun? Onko siitä apua?

Minkälaisia prosesseja tämä vaate on ehkä käynyt läpi, jotka ovat saattaneet olla haitallisia ympäristölle?

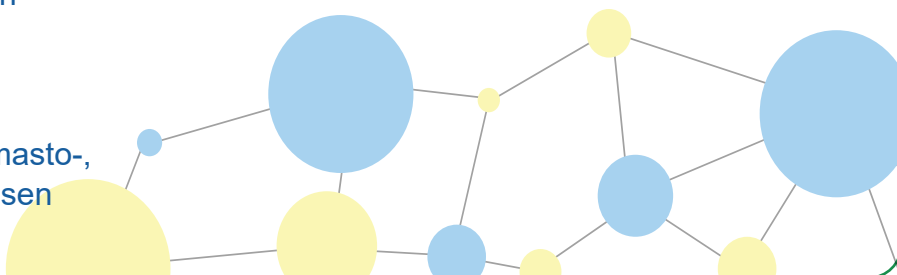


on tullut aika harkita tohdin hidastamista, ainakin sen verran, että voimme olla tietoisempia siitä, millaisia ostoksia teemme.

Lisätietolinkit:

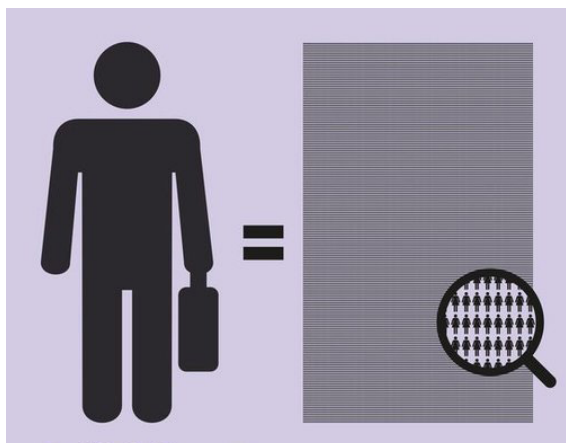


- Liian moni vaate päätyy suoraan tehtaalta kaatopaikalle
- 5 kysymystä pikamuodista
- 9 syytä luopua pikamuodista
- Suomalaisten vaatebrändien ilmasto-, ympäristö- ja ihmisoikeustyö ja sen läpinäkyvyys



1990-luvulla jotkut kuluttajat alkoivat tiedostaa, miten muotiteollisuus vaikuttaa ympäristöön. Johtavat suunnittelijat, kuten Vivienne Westwood, puhuivat siitä, miten teollisuus vaikuttaa paitsi ympäristöön, myös kaukomailla asuviin yhteisöihin, jotka tekevät vaatteemme. Hän rohkaisi ostamaan vähemmän ja hyvin valmistettuja vaatteita yrityksiltä, jotka välittävät näistä asioista. Nämä vaatteet maksaisivat enemmän ja kestäisivät kauemmin. Hän yritti kannustaa ihmisiä uimaan vastavirtaan ja investoimaan rakastamiinsa vaatteisiin, eikä olemaan median ohjailtavina ostamaan ja heittämään jatkuvasti pois halpoja vaatteita.

1 x yhdysvaltalaisen toimitusjohtajan palkka = 16 000 bangladeshilaisen työntekijän palkat.



Kambodžan BKT vuonna 2015: 18 miljardia dollaria. Inditexin (ml. Zara) liikevaihto vuonna 2015: 18,1 miljardia dollaria.

16.10.2017 tanskalainen TV-kanava TV2 julkaisi dokumenttielokuvan, jossa H&M:ää syytettiin 12 tonnin edestä uusien, käyttämättömien vaatteiden polttamisesta Tanskassa vuosittain.

Tutkimuksessa, jossa oli mukana 219 muotimerkkiä, havaittiin, että vain 12% niistä pystyi osoittamaan tehneensä minkäänlaisia ylimääräisiä toimia vaatetyöntekijöiden palkkojen suhteen lakisääteiseen vähimmäismäärään nähden.

Tietolähde: SUSTAINABLE FASHION MATTERZ

on paljon hyviä uutisia



Nuoret ovat yhä enemmän huolissaan ympäristöstä ja ihmisoikeuksista. Monet uudet muotimerkit pyrkivät heijastamaan tätä, ja uudenlaiset kampanjat korostavat näitä asioita ja tuottavat samalla jännittävää ja edullista muotia.

Tässä joitakin esimerkkejä:

Black Friday kehitettiin alunperin kannustamaan muotimerkkejä myymään vanhoja kokoelmiaan, näytekappaleita tai tuotteita, joissa on pieniä puutteita, joita he eivät voisi muuten saada myydyiksi. Tällä tavoin säästettäisiin vaatteita joutumasta jätteeksi ja tuotemerkit voisivat silti houkutella asiakkaita myymälöihinsä ilman, että nykyisten kokoelmien arvo laskisi.



Fashion Revolution Week: keskittyy erityisesti huhtikuun viimeiseen viikkoon, joka on bangladeshilaisen Rana Plazan tehtaan romahduksen vuosipäivä. Onnettomuudessa kuoli 1138 vaateteollisuuden työntekijää.





vinkkejä vanhemmille

Sopikaa päivä, jolloin koko perhe käy omat vaatekaappinsa läpi. Kootkaa kaikki poismenevät vaatteet yhteen ja viekää ne kierrätykseen tai kirpputorille, tai antakaa ne eteenpäin ystäville.

Tehkää siitä erityinen tapahtuma ja palkitkaa itsenne urakan jälkeen.

Sopikaa perheen yhteinen sääntö. Jos joku haluaa ostoksille, jotain vanhaa pitää ensin laittaa kiertoon.

Etsikää tietoa eettisistä vaatemerkeistä.

#WENEVERSTOPVOTING (#EMMEKOSKAANLOPETAÄÄNESTÄMISTÄ)

Muodin vaikutukset ympäristöön ja kiertotalouteen tiedostetaan nyt selvemmin kuin koskaan ennen: #WENEVERSTOPVOTING kampanja alkoi vuonna 2017, heti Saksan vaalien jälkeen, muistuttamaan, että itse asiassa äänestämme joka päivä jokaisella ostoksella, jonka teemme. Voit osallistua lähettämällä oman kuvasi, jonka käsittelemme ja lähetämme sitten sinulle takaisin julkaistavaksi. Lähetä viesti osoitteeseen hi@sustainablefashionmatterz.com otsikolla WENEVER STOP VOTING.

#MYCLOSETMATTERZ (#LEMPIVAATTEENI)

Täällä voit jakaa tarinasi lempivaatteistasi ja keskustella vaatteiden rakastamisesta ja jakaa viestiä siitä, että aina ei ole pakko shoppailla uusimpia trendejä... koska olemme enemmän kuin trendit!

Lisätietolinkit:

- Vastuullisen kuluttajan opas
- Vastuullinen kuluttaminen - vaatteet ja tekstiilit
- Ekologiset ja eettiset vaatteet Suomessa Verta, hikeä ja t-paitoja. Somevaikuttajat selvittävät, mitä paljastuu halvan vaateen nurjalta puolelta

kuinka nauttia muodista kestävällä tavalla

Kiertotalouden tavoitteena on hyödyntää materiaaleja tehokkaasti, olivatpa ne sitten biohajoavia, kierrätettäviä tai "tuunattavia". Ottaessamme huomioon kaiken toimintamme ymmärrämme, että alkukonseptilla, tuotannolla ja myynnillä aina käyttöön ja hävittämiseen saakka, kaikella on vaikutusta ympäristöön. Kaikella toiminnalla on hintansa, ja on väliä paitsi itse materiaalien lähteellä ja tuotannolla, myös sillä, kuka niitä valmistaa ja tuottaa, miten niitä kuljetetaan ja millaisen hinnan maksamme neutralisoidaksemme negatiiviset vaikutukset. Osana järjestelmän yleisen terveyden edistämistä uusi tekstiilitalous tarjoaa uusia mahdollisuuksia hajautettuun ja osallistavaan kasvuun. Se luo kukoistavan yritysten ekosysteemin pienistä suuriin säilyttäen ja levittäen sitten riittävästi luotua arvoa, jotta yritykset ja niiden työntekijät voivat osallistua täysimääräisesti talouteen laajemmin.

OMINAISUUS YKSI

Se tuottaa ja tarjoaa laadukkaita, kohtuuhintaisia, yksilöllisiä vaatteita. Uudessa tekstiilitaloudessa jokaisella on pääsy tarvitsemiinsa vaatteisiin silloin, kun he niitä tarvitsevat. Uudet liiketoimintamallit tarjoavat asiakkaille enemmän joustavuutta sellaisten vaatteiden suhteen, joita he haluavat käyttää, ja tarjoavat mahdollisuuden vaatteisiin, jotka eivät ehkä olisi tarpeeksi edullisia perinteisen myynnin kautta. Vaatteet on suunniteltu ja valmistettu korkealaatuisiksi, ne ovat kestäviä ja sopivat erilaisiin toimintoihin ja tarjoavat joustavuutta-esimerkiksi henkilökohtaisten tyylien muodossa, räätälöityinä tai muokattavina.

OMINAISUUS KAKSI

Se hyödyntää vaatteiden täydellisen arvon käytön aikana ja sen jälkeen. Uudessa tekstiilitaloudessa vaatteita käytetään useammin, mikä mahdollistaa niiden arvon täyden hyödyntämisen. Kun vaatteita ei voida enää käyttää, materiaalien arvo voidaan saada talteen eri tasoilla kierrättämällä ne uusien vaatteiden raaka-aineeksi. Kaikkien materiaalien arvon hyödyntämiseksi on varmistettava, että kun vaatteita ei enää käytetä, niiden suunnittelussa on otettu huomioon yhdenmukaisuus nykyisin käytettävissä olevien kierrätysprosessien kanssa.

OMINAISUUS KOLME

Se käyttää uusiutuvaa energiaa ja uusiutuvia resursseja siellä, missä niiden panosta tarvitaan. Uuden tekstiilitalouden liikuttamiseen tarvittava energia on uusiutuvaa, mikä vähentää resurssiriippuvuutta ja lisää järjestelmän sietokykyä. Resurssit pidetään järjestelmän sisällä, ja jos tarvitaan lisäpanosta, se tulee uusiutuvista resursseista. Tämä tarkoittaa uusiutuvien raaka-aineiden käyttöä muovipohjaisissa kuituissa ja fossiilisiin polttoaineisiin perustuvien lannoitteiden tai torjunta-aineiden käyttämättä jättämistä luomuraaka-aineiden viljelyssä. Uusi tekstiilitalous auttaa osaltaan yleisesti siirtymistä uusiutuviin energialähteisiin, koska sen koko perusajatus varmistaa, että kulutetaan vähemmän energiaa ja vähemmän resursseja.

OMINAISUUS NELJÄ

Se heijastaa materiaalien ja tuotantoprosessien todellisia kustannuksia (ympäristöön liittyvät ja yhteiskunnalliset) tuotteiden hinnoissa. Uudessa tekstiilitaloudessa vaatteiden hinta vastaa sen valmistuksen kokonaiskustannuksia, negatiiviset ympäristö- ja yhteiskunnalliset vaikutukset mukaan lukien. Tällaiset kustannukset ensin analysoidaan ja esitellään yritysraportoinnissa ja ne heijastuvat lopulta tuotteiden hintoihin.

OMINAISUUS VIISI

Se uudistaa luonnollisia järjestelmiä eikä saastuta ympäristöä. Uusiutuvat luonnonvarat hankitaan luonnosta regeneratiivisilla ja korjaavilla menetelmillä, jotka jälleen rakentavat luonnonpääomaa (= maailman luonnonvarat). Tämä tarkoittaa regeneratiivisen maatalouden käyttämistä orgaanisiin materiaaleihin, kuten puuvillaan, ja kestävästi hoidettuja metsiä puupohjaisiin kuituihin. Haitalliset aineet eivät vuoda ympäristöön eivätkä vaaranna tekstiilityöntekijöiden ja vaatteiden käyttäjien terveyttä. Muovisia mikrokuituja ei pääse ympäristöön ja meriin. Muut epäpuhtaudet, kuten kasvihuonekaasut, on suunniteltu kompensoitaviksi.

OMINAISUUS KUUSI

Uusi tekstiilitalous on suunnitellusti jakelukykyinen. Osana järjestelmän yleisen terveyden edistämistä uusi tekstiilitalous tarjoaa uusia mahdollisuuksia hajautettuun ja osallistavaan kasvuun. Se luo kukoistavan yritysten ekosysteemin pienistä suuriin, sitoen ja sitten levittäen riittävästi luotua arvoa, jotta yritykset ja niiden työntekijät voivat osallistua täysimääräisesti talouteen laajemmassa mittakaavassa.

6-10-vuotiaat. Voit tehdä tämän ystävän tai perheenjäsenen kanssa.

Katso viiden lempivaatteesi lappuja, jotta saisit selville, missä ne on tehty ja mistä kaupoista ne on ostettu.

- Tee lista.
- Kuinka monesta eri maasta vaatteet tulevat?
- Kuinka pitkän matkan kukin niistä on matkustanut?
- Etsi paikat kartalta.
- Mistä kaupasta suurin osa vaatteista on ostettu?

huomioita



11-15-vuotiaat. Osaatko selittää, mitä nämä sanat ja ilmaisut tarkoittavat?

Kiertotalous

Ilmastomuutos

Kestävä muoti

Kierrätysmuoti

Vintagemuoti

Kaatopaikka



16-20-vuotiaat. Tee tämä testi. Klikkaa kuvaa päästäksesi linkkiin.

QUIZ YOURSELF

CLIMATE CHANGE QUIZ



6-10-vuotiaat. Piirrä kuva ja kerro omin sanoin jostakin sellaisesta vaatteesta, joka sinulla on, mutta jota et oikeastaan koskaan pidä.

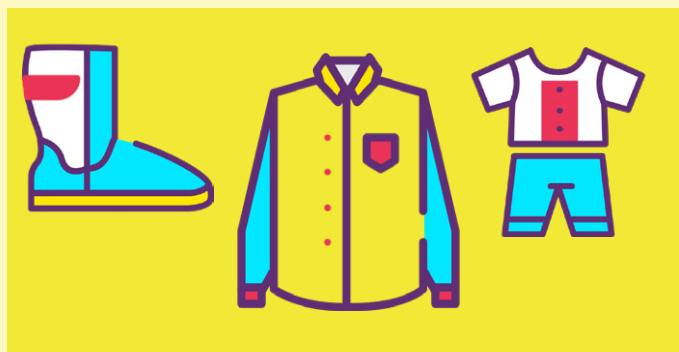
Näyttäkää vuorotellen toisillenne, mitä olette kuvailleet.
Keskustelkaa, voisiko se sopia jollekin muulle teistä.
Varmistakaa vanhemmiltanne, että voitte antaa sen toiselle.



Keksitkö mitään muuta?

11-15-vuotiaat. Keskustelkaa

- 🍃 Mitkä ovat lempivaatteesi?
- 🍃 Mistä ominaisuuksista pidät niissä?
- 🍃 Jos voisit valita vain 5 vaatetta, jotka saisit ostaa seuraavan vuoden aikana, mitä ne olisivat?
- 🍃 Mieti 4 asiaa, joita voisit miettiä tarkemmin seuraavan kerran, kun ostat vaatteita.



16-20-vuotiaat. Lukekaa seuraava teksti ja keskustelkaa.

Vesi on resurssi, josta olemme kaikista riippuvaisimpia, ja muotiteollisuuden käytännöt ovat vettä saastuttavimpia. Vuoteen 2025 mennessä yli 2,8 miljardia ihmistä 48 maassa joutuu kärsimään veteen liittyvistä pulmista tai sen niukkuudesta. Tämän vuosisadan puoliväliin mennessä luku kasvaa lähes 7 miljardiin ihmiseen. Tavallinen pesukone käyttää 155 litraa vettä pesukertaa kohti, mutta erittäin tehokas pesukone kuluttaa vähemmän kuin 105 litraa vettä. Keskimäärin 5 paitaa = 1 kg pyykkiä. Keskivertoon pyykinpesukoneeseen mahtuu 8-12 kg pyykkiä, mikä tarkoittaa 40-60 paitaa. Tämä taas tarkoittaa, että käytetty tuote, joka pestään ennen myyntiä, tarvitsee keskimäärin 3,1 litraa vettä.

2700 L VETTÄ = 1 UUSI T-PAITA = 870 KÄYTETTYÄ T-PAITAAS

Kun otamme huomioon ostoksiemme ympäristövaikutukset, löydämme kestävämpiä mahdollisuuksia. Nykyisin helpoimmin saatavilla olevia ja edullisimpia ratkaisuja pukeutua kestävästi ovat käytettynä ostaminen, vaihtaminen ja jo omistamiesi tavaroiden korjaaminen ja huoltaminen.

Keskustelkaa

Pesemmekö vaatteita kotona liian usein, ilman, että ajattelemme kuluttamaamme vesimäärää?

Ostatko kierrätystavaraa ja onko se sinusta mukavaa?

Oletko hyvä tekemään pieniä korjauksia, vai onko se jotakin, jota voisit oppia?

5 roolileikki

Roolileikkiaktiviteetti.

Olet perustamassa tehdasta Intiaan tuottamaan korkealaatuisia vaatteita. Kaikissa prosesseissa otetaan huomioon ympäristö. Työn suorittaa perustamasi yhteistyöosasto. Vaatteet tehdään huippuluokan muotimerkille lännessä. Kuinka perustaisit tehtaasi, ja mitkä ovat tärkeimmät asiat, joita ottaisit huomioon varmistaaksesi, että työntekijöitä kohdellaan hyvin ja heille maksetaan oikeudenmukaisesti, ja että tuotanto on erittäin korkeatasoista?



Kuvakkeiden lähde: "Flaticon", www.flaticon.com

6 lisöaktiviteetteja

Jos haluat jatkaa kiertotaloudesta, tehokkuudesta, kestävydestä ja vastuullisesta kulutuksesta oppimista, tässä on useita linkkejä saadaksesi lisätietoa:

6-10 vuotiaat: Sarjakuvat

11-15 vuotiaat: Digitaaliset pakotehtävät

16-20 vuotiaat: Webquestit

7 yhteenveto

Tämän työpajan päätteeksi pyydämme sinua vielä pohtimaan ja keskustelemaan kaikesta oppimastamme.

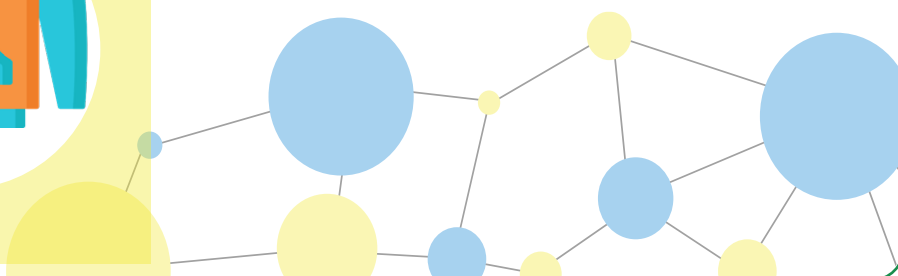
Mitä olet oppinut?

Pohdi hetki, millaista olisi työskennellä niin sanotussa hikipajassa.

Millaisen yhden toimenpiteen teet omassa elämässäsi sen ansiosta, mitä olet tänään oppinut?

Kuinka voisit jakaa kaiken tämän uuden tiedon perheesi ja ystäviesi kanssa?

Miten voisit jatkaa opiskelua siitä, miten voit vähentää omaa ympäristövaikutustasi?





2019-1-UK01-KA204-06144
ICE-CAP Waste not Want not



CREATIVE EXCHANGE



USTANOVA ZA
OBRAZOVANJE
ODRASLIH | ADULT
EDUCATION
INSTITUTION



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Euroopan komission tuki tämän julkaisun tuottamiselle ei merkitse sen sisällön hyväksyntää, julkaisun sisältö heijastaa vain tekijöidensä näkemyksiä, eikä komissiota voida pitää vastuussa julkaisussa olevien tietojen mahdollisesta käytöstä.

