**RESTART: Osposobljavanje poduzetnika u svrhu otpornosti i razvoja**

**Obrazac studije slučaja**

**(Rezultat 3 - Zadatak 3.1. & Zadatak 3.2)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Autor studije slučaja:** | *Slovačka poslovna agencija* |
| **Naziv modula kojemu studija slučaja pripada** | *Modul 5: Održivo, društveno i zeleno poduzetništvo* |
| **Naslov studije slučaja:** | *CILA - lider u etičkoj modi s fokusom na “capsule” garderobne kolekcije* |
| **Opis studije slučaja:** | *Industrija brze mode (Fast Fashion Industry) već se dugo vremena suočava s kritikama zbog velikog ekološkog opterećenja i nepovoljnih uvjeta rada zaposlenika. S druge strane, koncept spore mode (Slow Fashion) rješava spomenute izazove te se odgovorno i obzirno odnosi prema okolišu i radnoj snazi. Cila je slovački modni brend koji s pravom pripada kategoriji spore mode. Namjera pokretanja tvrtke temeljila se na ideji stvaranja kvalitetne, udobne i bezvremenske odjeće koju će ljudi nositi duže i koja neće završiti na otpadu.*  *Cila kreira odjeću za žene koje vode računa o održivom načinu života. Održivost, društvena odgovornost i ženska snaga stoga su u središtu poslovanja. Usredotočeni su na trajnost svojih proizvoda i lokalnu proizvodnju u Slovačkoj. Koji je njihov točan pristup?*   * *Prijedlozi nastaju u suradnji sa ženskom "publikom"* * *Materijale dobivaju iz lokalnih radionica u Slovačkoj u obliku visokokvalitetnog tekstilnog "otpada", koji se naknadno reciklira - uglavnom biraju organske certificirane tkanine* * *Gumbi koji se više ne koriste također dobivaju drugu priliku* * *Proizvodnja se odvija u manjim radionicama s iskusnim krojačicama* * *Za pakiranje se koristi samo reciklirani papir* * *Ostaci materijala preostalog iz proizvodnje idu u škole, prerađivačima tekstilnog otpada ili se koriste za pakiranje*   *2017. godine brend je nagrađen nagradom Via Bona Slovakia za inspirativan projekt u kategoriji Green Company, koju dodjeljuje poznata slovačka Zaklada Pontis, a 2020. godine tvrtka je stigla do finala u istoj kategoriji.*  *Od svog osnutka Cila se temelji na transparentnosti i ne gradi “brend kao trend”. Objavljuje sve dostupne informacije i opise proizvoda i njihovog podrijetla. Također, Cila empatiju smatra važnom te aktivno gradi odnose s kupcima na raznim događanjima na kojima se tvrtka može predstaviti.*    *Obrázok, na ktorom je osoba, vnútri  Automaticky generovaný popis*  *Izvor fotografija: https://cilaatelier.sk/* |
| **Poveznica za više informacija:** | *https://cilaatelier.sk/* |
| **Ciljana skupina studije slučaja:** | Mikro, mala i srednja poduzeća (MMSP)  Zaposlenici MMSP-a  EU VET ekosustav  Organizacije za poslovnu podršku |

|  |
| --- |
| **ESCO kompetencije i vještine:** |
| * Transverzalne vještine i kompetencije   + Društvene i emocionalne vještine   + Kritičko mišljenje   + Analitičko mišljenje   + Rješavanje problema   + Samoupravljanje   + Poslovno upravljanje   + Prilagodljivost   + Otpornost   + Kreativnost   + Umrežavanje   + Inicijativa   + Fleksibilnost   + Otvorenost   + Rješavanje složenih problema   + Suradnja   + Empatija   + Inovacija   + Vodstvo      * Vještine   + Tehnološke vještine   + Marketing proizvoda   + Digitalni marketing   + Digitalne vještine   + Komunikacija   + Suradnja   + Emocionalna inteligencija      * Znanja   + Poslovno upravljanje   + Online učenje i obuka   + Oglašavanje   + Računarstvo u Oblaku   + Veliki podaci   + E-trgovina   + Umjetna inteligencija   + IoT (Internet of Things – “internet stvari”)   + Digitalna pismenost   + Kibernetička sigurnost   + rudarenje i analiza podataka   + Održivost   + Dobrobit   + Klimatske promjene   + Upravljanje društvenim mrežama |