



**WYDZIAŁ
ZARZĄDZANIA**

Uniwersytet Łódzki

Haulternative, czyli już nie tylko modnie, ale i etycznie O prawdziwej cenie ubrań mówi dr Agata Rudnicka z Wydziału Zarządzania UŁ

Chcesz zmienić świat - zacznij od siebie. To hasło najlepiej oddaje ideę tworzenia bardziej odpowiedzialnych wzorców konsumpcji, od których na przestrzeni ostatnich lat bardzo się oddaliliśmy. Wyprodukowanie jednego T-shirta pochłania tyle wody, ile człowiek wypija w ciągu trzech lat, a pary jeansów tyle, ile 285 pryszniców. Jako konsumenci przyzwyczailiśmy się, że szybka moda to dostępność nieograniczonej ilości ubrań, które po krótkim okresie użytkowania wyrzucamy w pogoni za kolejnymi okazjami. Firmy wychodząc naprzeciw naszym oczekiwaniom oferują jeszcze więcej i jeszcze szybciej. Model wydawać by się mogło idealny a jednak coraz częściej zadajemy sobie pytanie, jaka jest faktyczna cena naszych wyborów konsumenckich?

Branża odzieżowa odpowiedzialna jest za wiele problemów społecznych i środowiskowych. Według szacunków co sekundę generujemy ciężarówkę odpadów odzieżowych. Praca dzieci, głodowe wynagrodzenia, dewastacja środowiska czy wpływ na nasze zdrowie to tylko niektóre wady tego sektora. Koszty szybkiej mody dotyczą nas wszystkich, choć nie zawsze chcemy to przyznać, a może nadal nie mamy jako konsumenci świadomości, co kryje się za ceną ubrań.

Stąd potrzeba mówienia głośno o problemie, ale i wskazywania konkretnych rozwiązań, żeby nie zostawić konsumenta w poczuciu, że rezygnując z czegoś traci możliwość zaspokajania swoich potrzeb.

Haulternative to moda alternatywa, bardziej przyjazna dla środowiska i społecznie odpowiedzialna. Zamiast tradycyjnego haul'a zakupowego, który jest coraz bardziej popularny, warto poszukać sposobów na to, żeby moda zaczęła kojarzyć się z czymś trwałym i etycznym - nie tylko z filmikami pokazującymi kolejne zdobycze, którymi można przez moment pochwalić się w mediach społecznościowych.

Haulternative to próba pokazania, że moda ma inny wymiar. Możliwości jest kilka, począwszy od vintage bazarów i wymieniałni ubrań, poprzez sklepy z używaną odzieżą, wypożyczalnie, aż po samodzielne projektowanie i przerabianie ubrań. Jeśli takie rozwiązania nie są wystarczające, można spojrzeć na ofertę marek i wybrać te oferujące wysokiej jakości ubrania wytworzone w sposób zrównoważony, które są bardziej trwałe i wystarczą na dłużej.

Haulternative to jedna z akcji zainicjowanych przez Fashion Revolution, światowy ruch na rzecz zmiany w modzie. Pogoń za szybką modą wywołuje wiele negatywnych zjawisk, a chęć bycia modnym skłania

Agnieszka Wołowicz

Wydział Zarządzania UŁ

ul. Matejki 22/26, 90-237 Łódź

tel.: 601 082 770, e-mail: agnieszka.wolowicz@uni.lodz.pl

www.wz.uni.lodz.pl

do nieodpowiedzialnych zachowań, jak kupowanie ubrań „dla zdjęcia” np. na Instagramie.¹ Napędzanie konsumpcji i nieetyczne nawyki utrwalają problemy branży. Zaproponowana alternatywa jest propozycją nie tylko dla aktywnych użytkowników mediów społecznościowych, ale każdego konsumenta.

Drugą kluczową stroną tej relacji są przedsiębiorstwa. Również one zaczęły bardziej dostrzegać rysujące się zmiany na rynku odzieży. Sieci handlowe, które jeszcze do niedawna nie uczestniczyły w debacie na temat odpowiedzialności w branży odzieżowej, zaczynają podejmować konkretne kroki, żeby przełamać coraz bardziej negatywny obraz szybkiej mody. Wymaga to zmiany sposobu myślenia nie tylko o biznesie, ale i przekonania konsumentów, że dotychczasowy sposób nie był najlepszym z możliwych. Metoda małych kroków wydaje się tutaj optymalna. Wprowadzenie do kolekcji ekologicznych materiałów i stopniowa rezygnacja z tych najbardziej szkodzących środowisku, zmiana komunikacji z „kupuj więcej” na „kupuj lepiej i na dłużej” czy rzetelna komunikacja o produktach to absolutne minimum. Jedną z dużych sieciówek przekonuje do swoich produktów z tak nieoczywistych materiałów jak: włókna skórek cytrusów pozostałe po produkcji soku, włókna liści ananasa czy pianka z biomasy z alg.² Wydaje się, że odkrywanie nowych materiałów będzie jednym ze sposobów na bardziej zrównoważoną modę. Drugim rozwiązaniem o dużym potencjale jest gospodarka obiegu zamkniętego, w której upatruje się szansy na zmniejszenie ilości odpadów i wdrożenie na masową skalę bardziej odpowiedzialnych sposobów produkcji.

O sukcesie inicjowanych zmian zdecyduje rynek, czyli my wszyscy. To od nas zależy, która oferta okaże się dla nas najbardziej atrakcyjna. Już teraz coraz więcej konsumentów ma świadomość, że modnie oznacza już co innego niż jeszcze kilka sezonów temu. Jeśli trend się utrzyma mamy szansę osiągnąć w branży odzieżowej realną poprawę standardów społecznych i środowiskowych.

Przykładem jest Paryż, miasto od zawsze kojarzone z modą, który szykuje się na rok 2024. Wtedy to ma stać się najbardziej zrównoważoną stolicą mody.³ Wdrożony plan zakłada pracę w trzech obszarach: bardziej przejrzystych procesów w łańcuchu dostaw, pracę nad osiągnięciem bardziej zrównoważonych procesów oraz gospodarką obiegu zamkniętego. Jest to ważny sygnał dla całego świata mody, że zrównoważony rozwój staje się koniecznym atrybutem dla liczących się projektantów.

Kolejne inicjatywy, jak Fashion Revolution pokazują, że nadchodzi moment powiedzenia „sprawdzam” dla całej branży.

¹ <https://noizz.pl/lifestyle/ludzie-kupuja-ubrania-pod-instagram-a-nastepnie-je-zwracaja/7kbe7s5>

² <https://www.harpersbazaar.pl/moda/6547/ubrania-z-cytrusow-i-ananasow-znajdzicie-je-w-nowej-ekologicznej-kolekcji-h-m>

³ <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/fashion-news/a26082611/paris-sustainable-fashion-capital/>