

ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ



Βιωσιμότητα (ή *αιιφορία*) είναι ένα πρότυπο [παραγωγής](#) το οποίο στοχεύει στο καλύτερο [οικονομικό](#) αποτέλεσμα τόσο για τον [Άνθρωπο](#) όσο και για το φυσικό [περιβάλλον](#), τόσο στο παρόν όσο και στο αόριστο μέλλον. Βασικό της στοιχείο είναι η ισορροπία μεταξύ παραγωγής αγαθών και πρώτης ύλης (που δαπανήθηκε για να επιτευχθεί η παραγωγή). Στόχος των βιώσιμων διαδικασιών είναι να επιτύχουν περισσότερη παραγωγή με μικρότερη δαπάνη πρώτης ύλης, γι' αυτό η βιωσιμότητα αναφέρεται μαζί με την [ανακύκλωση](#), τις [ανανεώσιμες πηγές ενέργειας](#) και τον [βιοκλιματικό σχεδιασμό](#).

Η βιωσιμότητα υπονοεί ότι οι [φυσικοί πόροι](#) υφίστανται εκμετάλλευση με ρυθμό μικρότερο από αυτόν με τον οποίον ανανεώνονται, διαφορετικά λαμβάνει χώρα περιβαλλοντική υποβάθμιση. Θεωρητικά, το μακροπρόθεσμο αποτέλεσμα της περιβαλλοντικής υποβάθμισης είναι η ανικανότητα του [γίνου οικοσυστήματος](#) να υποστηρίξει την ανθρώπινη ζωή ([οικολογική κρίση](#)).

Κατ' επέκταση, στο [πολιτικό](#) πεδίο, ο όρος βιωσιμότητα μπορεί να σχετίζεται με τη διατήρηση της κοινωνικής συνοχής, τόσο στο παρόν όσο και στο αόριστο μέλλον. Η έννοια της βιωσιμότητας επομένως, στο πλαίσιο μίας αναλυτικότερης προσέγγισης, μπορεί να υποδιαιρεθεί σε «περιβαλλοντική βιωσιμότητα», «οικονομική βιωσιμότητα» και «πολιτικοκοινωνική βιωσιμότητα». Οι τρεις αυτές

κατηγορίες βιωσιμότητας αλληλεπιδρούν αλλά δεν ταυτίζονται απαραίτητως ως αντικειμενικοί στόχοι. Για περισσότερα στοιχεία δείτε το άρθρο [βιώσιμη ανάπτυξη](#).



Βιώσιμη μόδα

Η βιώσιμη μόδα ή αλλιώς «αργή μόδα» είναι ένα κίνημα και μια διαδικασία προώθησης της αλλαγής στα προϊόντα μόδας και το σύστημα μόδας προς μεγαλύτερη οικολογική ακεραιότητα και κοινωνική δικαιοσύνη και αφορά το σχεδιασμό, την παραγωγή και την αγορά προϊόντων μόδας με πιο συνειδητό και βιώσιμο τρόπο.^[1] Εχθρός της βιώσιμης μόδας είναι η «γρήγορη μόδα» ή «*fast fashion*», η οποία ορίζεται ως η «προσέγγιση στο [design](#), τη δημιουργία, και το [marketing](#) των ρούχων που εστιάζει στην προσπάθεια οι τάσεις της μόδας να γίνονται γρήγορα και φθηνά διαθέσιμες στους καταναλωτές.»^[2] Η Stella McCartney είναι από τους πρώτους σχεδιαστές που συμμετέχουν ενεργά στο κίνημα για βιώσιμη και ηθική μόδα.

Κατά την [έρευνα](#) Fashion Research 2019, μία καταγραφή της Ελληνικής [online αγοράς](#) μόδας που υλοποιείται με έρευνες σε τακτά χρονικά διαστήματα από τη μηχανή αναζήτησης μόδας [GLAMI](#), οι Έλληνες καταναλωτές ενδιαφέρονται για τα προϊόντα βιώσιμης μόδας και είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν ακριβότερα. Ωστόσο, αυτό που τους λείπει είναι η σαφής και ολοκληρωμένη πληροφόρηση, η κατανόηση της έννοιας της βιωσιμότητας και τι εκπροσωπεί και η ξεκάθαρη ενημέρωση για τα brand που μπορούν να θεωρηθούν βιώσιμα. Προχωρούν όμως σε πιο συνειδητές και ηθικές αγορές. Το 55% των ερωτωμένων αγοράζει προϊόντα καλύτερης ποιότητας και το 41% δεν αγοράζει πλαστικές σακούλες και ψωνίζει από e-shops που προσφέρουν συσκευασίες φιλικές προς το περιβάλλον.