ΚΕΙΜΕΝΟ 7: Natalie Huet, “Θα μπορούσε η κρίση του κορωνοϊού να σημάνει το τέλος της γρήγορης μόδας;» *Euronews Now*, ημερ. ανάκτησης 22-04-2020.

<https://www.euronews.com/2020/04/22/could-the-coronavirus-crisis-spell-the-end-of-fast-fashion>

# <https://youtu.be/tWAFzixec1k>

Τα lockdowns του κορωνοϊού άφησαν τα καταστήματα ρούχων με εβδομάδες αδιάθετων αγαθών στα χέρια τους και τώρα είναι η ώρα για τη βιομηχανία να επανεξετάσει πώς μπορεί να γίνει πιο βιώσιμη, λέει ο επικεφαλής του Συμβουλίου για τη Βρετανική μόδα (British Fashion Council BFC).

 Καθώς τα μέτρα περιορισμού κρατούν τους αγοραστές στο σπίτι και τα καταστήματα κλειστά, η παγκόσμια βιομηχανία μόδας έχει πληγεί σοβαρά από την πανδημία COVID-19 από τους προμηθευτές έως τους σχεδιαστές και τους εμπόρους.

 "Καθώς κάθεστε στο σπίτι και δεν πηγαίνετε σε εκδηλώσεις, σε δείπνα εστιατόρια, στη δουλειά, η ανάγκη για ρούχα - ή στην πραγματικότητα η ευκαιρία να τα αγοράσετε - απλά δεν υπάρχει", δήλωσε η διευθύνουσα σύμβουλος της BFC, Caroline Rush σε συνέντευξη στο Euronews Now.

 Ο τομέας αντιμετωπίζει τώρα αυτό που ονόμασε «κρίση αποθεμάτων» γεγονός που έχει αφήσει πολλούς με ανεπιθύμητο απόθεμα.

 Τα προϊόντα είχαν ήδη παραχθεί, έτοιμα να πάνε στο κατάστημα πριν από αυτό το κλείδωμα", είπε.

 Αυτή η κατάσταση δημιουργεί πρόβλημα ταμειακών ροών στον κλάδο, δήλωσε η Rush.

 Αλλά προσφέρει επίσης στον τομέα την ευκαιρία να ξανασκεφτεί πώς λειτουργεί - και πώς θα μπορούσε να γίνει πιο φιλικός προς το περιβάλλον.

 "Υπάρχει μια απίστευτη ευκαιρία να δοκιμάσουμε και να σκεφτούμε πώς θα επανεκκινήσουμε", δήλωσε η Rush.

**Ανακύκλωση και επανεφεύρεση**

 Η βιομηχανία μόδας είναι υπεύθυνη για το 10% των ετήσιων παγκόσμιων εκπομπών άνθρακα, περισσότερο από όλες τις διεθνείς πτήσεις και τις θαλάσσιες μεταφορές σε συνδυασμό, σύμφωνα με το Πρόγραμμα Περιβάλλοντος των Ηνωμένων Εθνών.

 Το τρέχον μοντέλο της «γρήγορης μόδας» - μια γρήγορη αντικατάσταση των συλλογών για να προκαλέσει το ενδιαφέρον των καταναλωτών - επιδεινώνει αυτό το περιβαλλοντικό κόστος, καθώς ο μέσος άνθρωπος αγοράζει τώρα 60% περισσότερα ρούχα απ’ ό,τι το 2000, αλλά διατηρεί κάθε ρούχο για το μισό διάστημα, σύμφωνα με τον McKinset.

*Υπάρχουν σίγουρα πράγματα που θα μπορούσαμε να κάνουμε καλύτερα και τώρα είναι η ώρα να το σκεφτούμε.*

 *Caroline Rush,* Διευθύνουσα Σύμβουλος, British Fashion Council

Με την κρίση του κορωνοϊού, η Rush της BFC είπε ότι οι σχεδιαστές μόδας πρέπει να υποχρεωθούν να εξετάσουν το ενδεχόμενο ανακύκλωσης του υπερβολικού αποθέματος ενδυμάτων τους, "έτσι ώστε το προϊόν που έχουμε να ξαναχρησιμοποιηθεί, να επανατεμαχιστεί, να μπει σε νέα νήματα και να είναι έτοιμο για το μέλλον", είπε.

 "Αισιοδοξώ ότι, καθώς περνάμε αυτή την εμπειρία, θα σκεφτόμαστε πραγματικά την πρόκληση για το απόθεμα που αντιμετωπίζουμε αυτή τη σεζόν και θα την χρησιμοποιήσουμε ως μια μοναδική ευκαιρία να σκεφτούμε πραγματικά για την επόμενη μέρα: τι θα συμβεί σε αυτό το απόθεμα, που θα πάει;"

 "Η βιομηχανία μας (…) έχει αντίκτυπο στον πλανήτη - φέρνει μεγάλη χαρά σε πολλούς ανθρώπους, αλλά υπάρχουν σίγουρα πράγματα που θα μπορούσαμε να κάνουμε καλύτερα και τώρα είναι η ώρα να το σκεφτούμε".

**Η εβδομάδα μόδας του Λονδίνου γίνεται ψηφιακή - και άφυλη**

 Οι εβδομάδες μόδας στο Παρίσι και το Μιλάνο έχουν καταργηθεί εντελώς λόγω των περιορισμών εξαιτίας του κορωνοϊού. Η Εβδομάδα Μόδας του Λονδίνου, εν τω μεταξύ, αλλάζει τη μορφή της - και γίνεται πλήρως ψηφιακή, τουλάχιστον όσο η πανδημία συνεχίζει να διαταράσσει τη λειτουργία των επιχειρήσεων.

 Το BFC, το οποίο διοργανώνει την εκδήλωση, παρουσίασε σχέδια συγχώνευσης των γυναικείων και ανδρικών ενδυμάτων σε μια "άφυλη" ψηφιακή πλατφόρμα. Θα διαρκέσει από τις 12 έως τις 14 Ιουνίου, όταν έπρεπε να πραγματοποιηθεί η Εβδομάδα της Ανδρικής Μόδας. Η νέα διαδικτυακή πλατφόρμα θα είναι ανοιχτή τόσο για εμπόρους όσο και για το ευρύ κοινό και θα περιλαμβάνει ψηφιακούς εκθεσιακούς χώρους, συνεντεύξεις, podcasts και ημερολόγια σχεδιαστών.

 Πολλοί σχεδιαστές στην πραγματικότητα δεν θα έχουν μια συλλογή να προβάλουν επειδή οι κατασκευαστές τους εξακολουθούν να είναι κλειστοί ή μόλις αρχίζουν να ανοίγουν. Ωστόσο, η Rush είπε για όσους έχουν ένα προϊόν να προσφέρουν, ότι ήταν σημαντικό να τα δείξουμε και να βεβαιωθούμε ότι προσεγγίζουν διεθνείς αγοραστές.

 «Φυσικά παρακολουθούμε τις εξελίξεις στην Κίνα, για να δούμε πώς ανταποκρίνεται η συμπεριφορά των καταναλωτών. Κατά τη διάρκεια της εβδομάδας μόδας του Λονδίνου, αυτοί που πουλάνε τις συλλογές τους σε ένα εμπορικό κοινό (…) θα είναι έτοιμοι για παραδόσεις στο τέλος αυτού του έτους ή στις αρχές του επόμενου έτους. Και μπορείτε να φανταστείτε πως για τους λιανοπωλητές, το να προσπαθούνε να προγραμματίσουν πώς θα είναι οι συμπεριφορές των καταναλωτών σε έξι μήνες είναι μια απίστευτη πρόκληση», είπε.

 Η Rush είπε ότι η Εβδομάδα Μόδας του Λονδίνου θα προσφέρει επίσης στον κλάδο μια αίσθηση καλωσορίσματος της «κανονικότητας» και θα τη βοηθήσει να συνδεθεί με το παγκόσμιο κοινό σε αυτές τις δύσκολες στιγμές.

 "Νομίζω ότι όλοι θα είμαστε έτοιμοι για νέα έμπνευση και δημιουργικότητα", είπε.