



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ  
ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

*Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών : Κλιματική Κρίση και  
Τεχνολογίες Πληροφορικής & Επικοινωνιών*

*Διπλωματική Εργασία: Βιομηχανία της Μόδας, οι Επιπτώσεις στο Περιβάλλον*

*Ουρανία Πιέρρου Α.Μ.ΜΚΚ2137*

*Επιβλέπων Καθηγητής: Ιωάννης Μανιάτης*

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2024

## Ευχαριστίες

Με την παρούσα διπλωματική εργασία, ολοκληρώνονται οι σπουδές μου στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Κλιματική Κρίση και Τεχνολογίες Πληροφορικής κι Επικοινωνιών».

Ευχαριστώ πολύ τον κύριο Ιωάννη Μανιάτη για την καθοδήγηση και την επίβλεψή του κατά τη διάρκεια του κύκλου μαθημάτων αλλά και στην εκπόνηση αυτής της εργασίας και την κυρία Αμαλία Πολυδωροπούλου για την συμβολή της στην αφύπνιση του επιστημονικού μου ενδιαφέροντος.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τους συμφοιτητές μου, καθώς χωρίς την αλληλεπίδρασή μας δεν θα είχα φτάσει μέχρι εδώ, αλλά και την οικογένειά μου για την στήριξή και την υπομονή τους όλο αυτό το διάστημα.

## Περίληψη

Η βιομηχανία της Μόδας είναι ύψιστης σημασίας για την ανθρώπινη ζωή σήμερα για λόγους πρακτικούς αλλά και κοινωνικούς. Καθώς ο αριθμός των ανθρώπων αυξάνεται συνεχώς και με το ένδυμα να θεωρείται μέσο κοινωνικής επίδειξης, είναι σημαντικό να αναλογιστούμε πόσο επιβαρύνουμε τον πλανήτη με τις παραγωγικές διαδικασίες του ρουχισμού και να λάβουμε τα απαραίτητα μέτρα ώστε να μπορέσουν να υλοποιηθούν οι παγκόσμιες δεσμεύσεις που έχουν δρομολογηθεί για την επίτευξη των βιώσιμων στόχων των Ηνωμένων Εθνών.

Η Μόδα είναι μια βιομηχανία εκατομμυρίων και στην αλυσίδα αξίας για την κατασκευή ενός ρούχου μεσολαβούν πολλά στάδια, με τις έως σήμερα τεχνικές παραγωγής να αποδεικνύονται καταστροφικές για την ατμόσφαιρα, τη γεωργία, τον υδροφόρο ορίζοντα, τα δάση, την κτηνοτροφία αλλά και την ανθρώπινη υγεία. Η βιωσιμότητα και η κυκλική οικονομία είναι οι αρχές για την νέα βιομηχανία της Μόδας, με γνώμονα το καλό του πλανήτη.

## Πίνακας περιεχομένων

Ευχαριστίες.....	2
Περίληψη.....	3
Εισαγωγή.....	6
Κεφάλαιο 1: Ο ρόλος της Μόδας.....	7
1.1 Τι είναι η Μόδα.....	7
1.2 Παγκοσμιοποίηση και Lifestyle.....	8
1.3 Fast Fashion.....	10
Κεφάλαιο 2 : Περιβαλλοντικές επιπτώσεις.....	12
2.1 Οι επιπτώσεις στην ατμόσφαιρα.....	14
2.2 Οι επιπτώσεις στον τομέα της Γεωργίας.....	16
2.3 Οι επιπτώσεις στον υδροφόρο ορίζοντα.....	17
2.4 Οι επιπτώσεις στα δάση.....	21
2.5 Οι επιπτώσεις στα ζώα.....	22
2.6 Η χρήση ορυκτών καυσίμων στην Μόδα.....	24
Κεφάλαιο 3: Βιωσιμότητα και Μόδα.....	26
3.1 Βιωσιμότητα και κυκλική προσέγγιση.....	26
3.2 Κυκλική Μόδα.....	27
3.3 Βιώσιμα και Οικολογικά Υφάσματα.....	29
3.4 Διεθνείς πρωτοβουλίες και παγκόσμιες Δεσμεύσεις.....	30
Κεφάλαιο 4 – Τρόποι εφαρμογής και καλές πρακτικές.....	38
4.1 Καινοτόμες ιδέες και πρακτικές.....	38
4.2 Παραδείγματα εταιρειών με βιώσιμη προσέγγιση.....	39
4.3 Βιωσιμότητα και κυκλικότητα στην ντουλάπα.....	42
Κεφάλαιο 5 : Η ελληνική Μόδα.....	46
5.1 Η κλωστοϋφαντουργία στην Ελλάδα.....	46
5.2 Ελληνικές εταιρείες-παραδείγματα του Σήμερα, με ματιά στο Αύριο.....	48
Κεφάλαιο 6: Αγοραστικές επιλογές και Ηθική κατανάλωση.....	52
6.1 Συνειδητότητα και κατανάλωση – Conscious consumerism.....	52
6.2 Slow fashion.....	53
6.3 Vegan επιλογές για την προστασία του περιβάλλοντος.....	53
6.4 Ecolabels.....	55
6.5 Καταστήματα δεύτερης ευκαιρίας - Second hand shops.....	58
Κεφάλαιο 7: Στατιστικά και Χάρτες της Γρήγορης Μόδας.....	60

7.1 Στατιστικά γραφήματα .....	60
7.2 Χάρτες .....	63
Κεφάλαιο 9 : Ανάλυση Δεδομένων .....	65
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ .....	71
Ερωτηματολόγιο .....	71
Πίνακες και διαγράμματα από την ανάλυση δεδομένων μέσω SPSS .....	76
Συμπεράσματα .....	95

## Εισαγωγή

Η ανάγκη των ανθρώπων να προστατευθούν από τις καιρικές συνθήκες και τις εναλλαγές τους, προκειμένου να αυξήσουν τις πιθανότητες επιβίωσής τους αλλά και να πετύχουν καλύτερες συνθήκες διαβίωσης, είναι η πιθανόν κυριότερη αιτία για τη δημιουργία των ενδυμάτων.

Έχουν εντοπιστεί αρχαιολογικά ευρήματα που υποδεικνύουν πως οι άνθρωποι ξεκίνησαν να ντύνονται περίπου 100.000 με 500.000 χρόνια πριν. Οι ενδείξεις που έχουμε αφορούν δέρματα ζώων και φύλλα δένδρων και φυτών για εκείνη την περίοδο, ενώ έχουν ανακαλυφθεί πρωτόγονες βελόνες που από την κατάστασή τους η ηλικία τους προσδιορίζεται σε περίπου 40.000 έτη.

Σήμερα η Μόδα είναι παντού γύρω μας, στα ρούχα και τα παπούτσια μας, στο χτένισμα τα αξεσουάρ που επιλέγουμε, στο αμάξι που θα αγοράσουμε και στον τρόπο που θα διακοσμήσουμε το σπίτι μας, ακόμα και στο μέρος που θα διαλέξουμε να πάμε διακοπές. Με την αύξηση του πληθυσμού και την άνοδο των εισοδημάτων, η ζήτηση για είδη ένδυσης έχει αυξηθεί κατακόρυφα τα τελευταία χρόνια και φυσικά η αγορά ικανοποιεί αυτή την ανάγκη παρέχοντας ρούχα σε μεγάλες ποσότητες και κατά κύριο λόγο φθηνά.

Επακόλουθο της προσιτής τιμής είναι η μείωση της ποιότητας των πρώτων υλών και η υποβάθμιση των εργασιακών συνθηκών από την πλευρά του κατασκευαστή και ο υπερκαταναλωτισμός από την πλευρά του καταναλωτή, που φαίνεται να έχουν ανυπολόγιστες συνέπειες για τον πλανήτη.

Επιπλέον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν την αγοραστική μας συμπεριφορά περισσότερο πια αφού η συνεχής έκθεση / παρακολούθηση τέτοιων προτύπων είναι φυσικό να μας διεγείρει την επιθυμία για την μοδάτη εικόνα. Σε συνδυασμό με την εύκολη πρόσβαση που μπορούμε να έχουμε πια στα αγαθά, θα μπορούσε κανείς να πει πως διανύουμε περίοδο καταναλωτικής μανίας. Ή μήπως όχι, αφού πολλές πλατφόρμες πια δεσμεύονται στην ανάδειξη των προβλημάτων που προκύπτουν από την κατάχρηση;

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να καταγράψουμε τις επιπτώσεις αυτού του βιομηχανικού κλάδου και της πλεονάζουσας παραγωγής του στο περιβάλλον και να εξετάσουμε τα μέτρα που λαμβάνονται για την αντιστροφή της κατάστασης με δεσμεύσεις από παγκόσμιες συμφωνίες και υιοθέτηση φιλικότερων περιβαλλοντικά πρακτικών από παραγωγούς και καταναλωτές προκειμένου να επιτευχθεί μια βιώσιμη προσέγγιση.

## Κεφάλαιο 1: Ο ρόλος της Μόδας

### 1.1 Τι είναι η Μόδα

Ως «Μόδα» ερμηνεύεται το αποτέλεσμα της αυτό-έκφρασης ενός ατόμου, με μη λεκτικό τρόπο, σε συγκεκριμένο χρόνο, χώρο και πλαίσιο<sup>1</sup> και αναφορικά με την εικόνα που «δημιούργησε» με είδη ένδυσης, υπόδησης και άλλων στοιχείων (χτένισμα, μακιγιάζ, αξεσουάρ) ώστε να ολοκληρώσει μια εμφάνιση για συγκεκριμένη περίσταση. Σε πολλές περιπτώσεις φέρει πολιτιστικά χαρακτηριστικά και επηρεάζεται από τις ιστορικές αλλαγές καθώς ακολουθεί την εξέλιξη του ανθρώπινου είδους, με αποτέλεσμα να υπάρχουν χαρακτηριστικά είδη ένδυσης για συγκεκριμένες χρονικές περιόδους.

«Μόδα» όμως σημαίνει και μια παγκόσμια βιομηχανία δισεκατομμυρίων<sup>2</sup>, που παράγει και πουλάει είδη ένδυσης, υπόδησης, αξεσουάρ και τρόπους ζωής (life style) γενικότερα. Η αύξηση της ζήτησης για πολλά, διαφορετικά ρούχα ώστε να υπάρχει έκφραση του στυλ ή της οικονομικής / κοινωνικής κατάστασης δημιούργησε ανάγκη για αύξηση της παραγωγής ενδυμάτων ώστε να καλυφθεί η καταναλωτική ανάγκη με αποτέλεσμα τη γέννηση αυτής της βιομηχανίας.<sup>3</sup>

Εικόνα 1: Ενδύματα διαφορετικών εποχών



Πηγή: <https://www.dreamstime.com/fashion-history-clothes-design-dressing-historical-epochs-vector-medieval><https://www.dreamstime.com/fashion-history-clothes-design-dressing-historical-epochs-vector-medieval-gothic-renaissance-baroque-rococo-biedermeier-s-image148400477>

<sup>1</sup> <https://en.wikipedia.org/wiki/Fashion>

<sup>2</sup> Αξία πάνω από 1 τρις σε δολάρια ΗΠΑ(2020), <https://www.statista.com/topics/5091/apparel-market/><https://www.statista.com/topics/5091/apparel-market-worldwide/worldwide/#dossierKeyfigures>

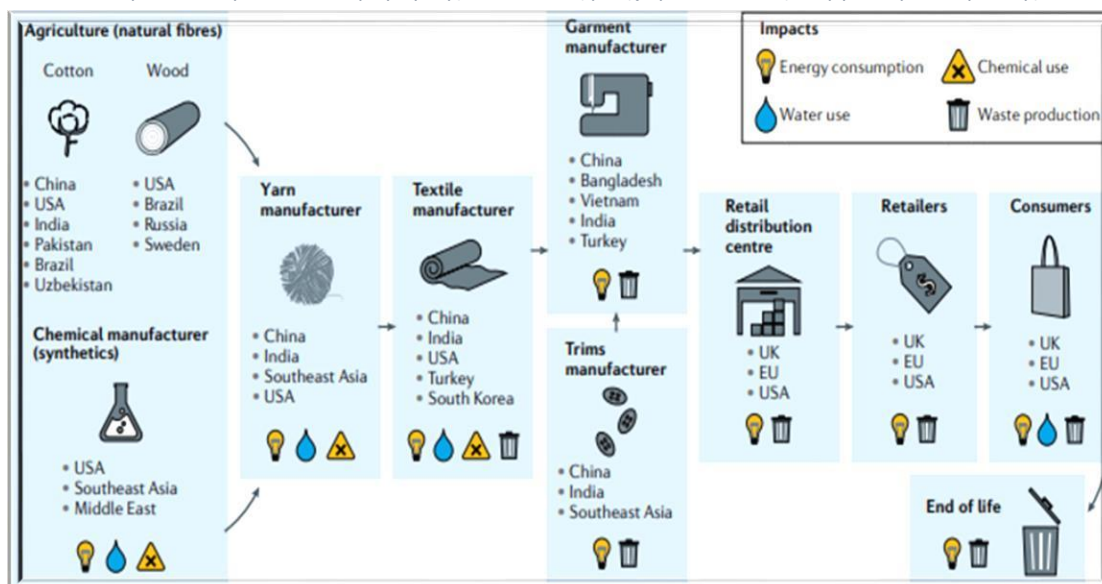
<sup>3</sup> <https://www.britannica.com/art/fashion-industry>

Η βιομηχανία της Μόδας περιλαμβάνει όλα τα στάδια από τη σχεδίαση ενός ενδύματος, την παραγωγική διαδικασία, τη διανομή από τη βιοτεχνία έως το κατάστημα πώλησης, το μάρκετινγκ, τη λιανική πώληση, την προώθηση όλων των τύπων ενδυμάτων (ανδρικό, γυναικείο, παιδικό, unisex ), από την πιο ακριβή μορφή της υψηλής ραπτικής μέχρι κοινές φίρμες καθημερινής ένδυσης, από μια τουαλέτα haute couture μέχρι την αθλητική φόρμα.<sup>4</sup>

Τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας είναι πολλά και όλα είναι ενεργοβόρα. Ξεκινώντας με την εύρεση ή εξόρυξη πρώτων υλών, συνεχίζοντας με την προετοιμασία των νημάτων και το στάδιο της ύφανσης, που ακολουθεί επεξεργασία με νερό και χημικά πρόσθετα για σταθεροποίηση ώστε να φτάσουμε στην παραγωγή ενδυμάτων. Ο κύκλος όμως δεν σταματάει εδώ, μεταφορική αλυσίδα, λιανική πώληση και χρήση του ρούχου είναι τα επόμενα βήματα που κλείνουν με την απόρριψη του ενδύματος τον κύκλο ζωής του.

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται με εικόνες η διαδικασία καθώς και ο τύπος της περιβαλλοντικής επιβάρυνσης που συνδέεται με το καθένα από τις φάσεις και οι χώρες στις οποίες υπάρχουν οι υποδομές ή οι πρώτες ύλες. Με το λαμπτήρα απεικονίζεται η ενεργειακή κατανάλωση, με το κίτρινο τρίγωνο η χρήση χημικών, με τη σταγόνα η κατανάλωση νερού και με τον κάδο η συσσώρευση απορριμμάτων.<sup>5</sup>

Εικόνα 2: Εφοδιαστική αλυσίδα παραγωγικής διαδικασίας ρουχισμού και είδος ενεργειακή επιβάρυνσης ανά στάδιο



Πηγή: [PDF\) The environmental price of fast fashion \(researchgate.net\)](https://www.researchgate.net/publication/354111111)

## 1.2 Παγκοσμιοποίηση και Lifestyle

Από το 1910 μέχρι σήμερα, εναλλάσσονται συνεχώς τάσεις που αφορούν τα ρούχα και τα μαλλιά, την εικόνα δηλαδή, με τους ανθρώπους να τις ακολουθούν και τη βιομηχανία παραγωγής να ανταποκρίνεται σε αυτή την καταναλωτική ανάγκη, εξελίσσοντας το ρούχο

<sup>4</sup> <https://www.britannica.com/art/fashion-industry>

<sup>5</sup> Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H. et al. The environmental price of fast fashion. *Nat Rev Earth Environ* 1, 189–200 (2020).



από βασικό είδος προστασίας από τις καιρικές συνθήκες σε καμβά έκφρασης για τον κάθε άνθρωπο.

Με την αύξηση του πληθυσμού του πλανήτη που πρέπει απλώς να ντυθεί αλλά και την αύξηση του υπερκαταναλωτισμού που ακολούθησε την άνοδο των εισοδημάτων στις ανεπτυγμένες χώρες η ζήτηση για ρούχα, παπούτσια, τσάντες και άλλα είδη που ολοκληρώνουν μια εμφάνιση είναι φρενήρης, δεδομένου ότι κάθε χρόνο δημιουργούνται χιλιάδες νέες συλλογές ρούχων και όσοι θέλουν να είναι 'in' (μέσα στις τάσεις) τις ακολουθούν.

Ανάλογα με τα χρήματα που μπορεί να διαθέσει ο καταναλωτής, μπορεί να αγοράσει ένδυση υψηλής ραπτικής (*haute couture, high fashion*), που είναι το είδος που παράγεται από οίκους μόδας, με ακριβά υφάσματα και ραμμένο συνήθως σε μικρή κλίμακα και αριθμό κομματιών ή κομμάτια μαζικής παραγωγής (*mass fashion*) που κατασκευάζονται σε εργοστάσια σε πολύ μεγάλο αριθμό, με χαμηλότερης ποιότητας υφάσματα ή και άλλα προϊόντα και συνήθως βρίσκονται εγκαταστημένα σε αναπτυσσόμενες χώρες, ώστε να παραμένει χαμηλό το κόστος παραγωγής και κατά συνέπεια να διατίθενται τα ρούχα σε οικονομικότερες τιμές. Καθώς η εικόνα πια είναι σημαντική για τους ανθρώπους, οι καταναλωτές ταξιδεύουν πραγματικά σε όλο τον κόσμο για να βρουν τα κατάλληλα ρούχα με τα οποία θα σχηματίσουν το όραμά τους ή απλώς θα δείξουν ότι διαθέτουν οικονομική επιφάνεια. Γεννιέται μια νέα αγορά που περιλαμβάνει ταξίδια σε πόλεις - πρωτεύουσες της Μόδας, στις οποίες γίνονται επιδείξεις και παρουσιάζονται τα ρούχα και τα στυλ που αναμένεται να κυριαρχήσουν την επόμενη χρονιά στις εμφανίσεις. Μαζί γεννιέται και ανάγκη να γίνει επίδειξη του πλούτου και συνήθειες όπως να μην χρησιμοποιηθεί το ίδιο ένδυμα για δεύτερη φορά. Η τάση αυτή ενισχύεται ιδιαίτερα μέσα από το κοινωνικά δίκτυα και τα τελευταία χρόνια έχει εμφανιστεί το επάγγελμα του *influencer* και του *ambassador*, που κατόπιν οικονομικών συμφωνιών αναλαμβάνουν την προώθηση και προβολή προϊόντων, μέσα από τους κοινωνικούς τους λογαριασμούς στους οποίους έχουν κοινό που φτάνει έως και εκατομμύρια ακόλουθους. Η Μόδα βρίσκεται σε άνθηση και κανείς δεν ανησυχεί ακόμη για το πώς επηρεάζεται ο πλανήτης από όλη αυτή την διαδικασία.

Η Μόδα στην εποχή μας είναι συνδεδεμένη ευρύτερα και με την ανάγκη για επίδειξη του πλούτου καθώς υποδεικνύει στους άλλους την οικονομική μας δυνατότητα και η κατοχή ακριβών ρούχων, παπουτσιών και αξεσουάρ υπονοεί την καλή οικονομική κατάσταση. Βέβαια καθώς τα προϊόντα αυτά συνήθως είναι υψηλής ποιότητας, συνήθως έχουν και μεγάλη διάρκεια ζωής, που ενδεχομένως να είναι μια βιωσιμότερη προσέγγιση απέναντι στα φθηνά αναλώσιμα ρούχα. Αντίστοιχες αναφορές για επίδειξη πλούτου ή της κοινωνικής θέσης μέσω της ένδυσης υπάρχουν από την αρχαιότητα. Ενδεικτικά θα αναφέρουμε ότι στην αρχαία Αίγυπτο τα πολυσύνθετα ρούχα φοριούνταν από τις υψηλότερες κοινωνικές τάξεις ενώ οι υπόλοιποι φορούσαν απλό ένδυμα σαν ποδιά (*schenti*) ενώ στην αρχαία Ρώμη το ένδυμα τόγκα δήλωνε την ελευθερία του ατόμου που το φορούσε, σε αντίθεση με όσους τελούσαν υπό καθεστώς σκλαβιάς.<sup>6</sup>

Καθώς δεν μπορούν όλοι να ανταποκριθούν με τα ίδια μέσα στην κάλυψη της καταναλωτικής ανάγκης για ένδυση, δημιουργείται αυξημένη ζήτηση για ρούχα που οι τιμές τους να είναι προσιτές και για όσους δεν έχουν υψηλά εισοδήματα. Δημιουργήθηκε λοιπόν ανάγκη για αύξηση της παραγωγής ώστε να καλυφθεί η καταναλωτική ανάγκη παγκοσμίως, με ρούχα όμορφα, μοντέρνα αλλά και φθηνά. Για να είναι το τελικό προϊόν φθηνό θα πρέπει να είναι οικονομικές οι πρώτες ύλες αλλά και τα ημερομίσθια των υπαλλήλων που θα κάνουν την

---

<sup>6</sup> <http://www.historyofclothing.com/clothing-history/ancient-clothing/>

παραγωγή. Έτσι γεννήθηκαν επωνυμίες (brands) που ανοίγουν καταστήματα αλυσίδες σε όλο τον κόσμο και διαθέτουν τα ίδια ρούχα παγκοσμίως, σε τιμές προσιτές και με διάφορα επίπεδα ποιότητας.

### 1.3 Fast Fashion

Στα τέλη της δεκαετίας του 1990 η μαζική διάθεση οικονομικών ρούχων που παράγονται σε βιομηχανική κλίμακα και μεταφέρονται σε όλο τον κόσμο αρχίζει να ανεβαίνει δυναμικά και φτάνει στο αποκορύφωμά της με την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου τα επόμενα χρόνια.

Για την περιγραφή αυτού του φαινομένου δημιουργείται ο όρος Γρήγορη Μόδα (Fast Fashion) και περιγράφεται ως «ένα επιχειρηματικό μοντέλο που βασίζεται στο να προσφέρεις στους καταναλωτές ανανέωση συχνά, με τη μορφή οικονομικών και επίκαιρων προϊόντων»<sup>7</sup>. Πρόκειται για τη διαδικασία σχεδιασμού, παραγωγής και μάρκετινγκ πώλησης μεγάλων όγκων ρουχισμού που έχουν ολοκληρωθεί σε σύντομο χρονικό διάστημα. Για το σχεδιασμό των ρούχων γίνεται αντιγραφή των τάσεων της εκάστοτε εποχής(συνήθως από τις κολεξιόν των ακριβών οίκων) ενώ για την παραγωγή χρησιμοποιούνται χαμηλής ποιότητας υλικά (όπως συνθετικά υφάσματα) προκειμένου το αποτέλεσμα να είναι οικονομικό για το ευρύ κοινό. Αυτά τα φθηνά στην παραγωγή κομμάτια που όμως ακολουθούν τα trends, τις τάσεις, έχουν οδηγήσει σε ένα παγκόσμιο φαινόμενο υπερκαταναλωτισμού.<sup>8</sup> Προκειμένου να παραμένουν ανταγωνιστικές οι διάφορες εταιρείες που παράγουν προϊόντα γρήγορης μόδας, έχουν αφήσει πίσω τις εποχές με τις 4 κολεξιόν ρούχων ανά έτος ( άνοιξη, καλοκαίρι, φθινόπωρο, χειμώνας) και προσπαθούν να δίνουν στους καταναλωτές συνεχώς μικροσυλλογές (micro, capsule collections) με κάποιες από τις εταιρείες να λανσάρουν νέα ενδύματα ακόμα και κάθε εβδομάδα.

Εικόνα 3: Οι κύκλοι παραγωγής, παλαιότερα και στη Γρήγορη Μόδα

#### Traditional vs. "Fast" Fashion

TRADITIONAL: 2 CYCLES PER YEAR



TYPICAL FAST FASHION: 50 CYCLES PER YEAR



Source: True Cost

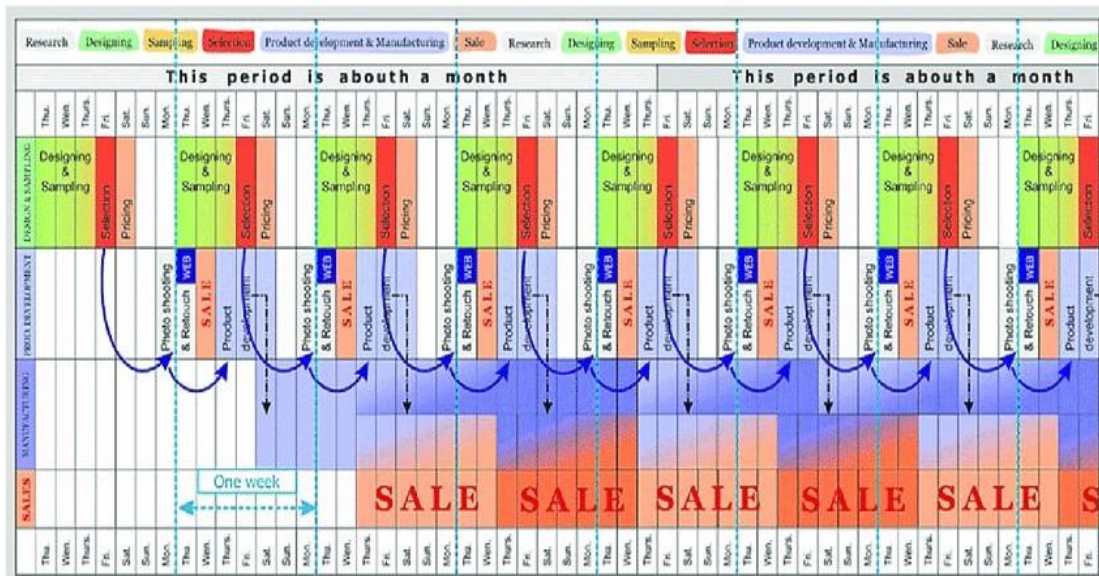
 WORLD RESOURCES INSTITUTE

Πηγή:<https://www.wri.org/insights/apparel-industrys-environmental-impact-6-graphics>

<sup>7</sup> K. Niinimäki, G. Peters, T. Rissanen, A. Gwilt, P. Perry, H. Dahlbo 'Paying the environmental price for fast fashion' Nat. Rev. Earth Environ., 1 (4) (2020), pp. 189-200

<sup>8</sup> <https://www.thegoodtrade.com/features/what-is-fast-fashion>

Εικόνα 4: Πλάνο διαχείρισης συλλογών ρούχων αλυσίδας επιχειρήσεων Γρήγορης Μόδας



Πηγή: [https://www.researchgate.net/figure/Schedule-of-the-collection-management-of-Fast-Fashion-supply-chain\\_fig2\\_336237148](https://www.researchgate.net/figure/Schedule-of-the-collection-management-of-Fast-Fashion-supply-chain_fig2_336237148)

Τα προϊόντα Γρήγορης Μόδας φτάνουν στα χέρια μας με τόσο μικρό τίμημα και τέτοια συχνότητα που τυχόν επιδιόρθωση φθορών τους φαίνεται περιττή:

- Τα ρούχα απορρίπτονται πριν καν προλάβουν να φθαρούν (γιατί εμφανίζονται άλλα πιο μοντέρνα)
- Το κόστος της επιδιόρθωσης μπορεί να ισοδυναμεί με την τιμή αγοράς ενός καινούριου τέτοιου ενδύματος
- Η ποιότητα του ρούχου είναι τόσο χαμηλή που δεν υπάρχει λόγος να φτιαχτεί<sup>9</sup>

Ένα τέτοιο ρούχο φοριέται κατά μέσο όρο μόνο 7 φορές πριν πεταχτεί στα σκουπίδια, ανεβάζοντας το βάρος απορριμμάτων από υφάσματα κατά κεφαλήν στα 35 κιλά ετησίως, για τις Η.Π.Α ενώ για τον Ευρωπαϊκό πολίτη, η κατά κεφαλήν μέτρηση ανέρχεται στα 12 κιλά<sup>10</sup>. Κατά συνέπεια καταλήγουν στα σκουπίδια τεράστιοι όγκοι ρούχων που επιβαρύνουν το συνολικό πρόβλημα διαχείρισης απορριμμάτων που αντιμετωπίζει ο πλανήτης, λόγω μεγέθους αλλά και λόγω διάρκειας ζωής.

Δυστυχώς τα αποτελέσματα μακροπρόθεσμα είναι αρνητικά και για το περιβάλλον (με επιπτώσεις που θα εξηγήσουμε παρακάτω) και για τους εργαζόμενους (περίπου 75 εκατομμύρια σε όλο τον κόσμο)<sup>11</sup> σε αυτή τη βιομηχανία αλλά και για το πορτοφόλι του καταναλωτή. Υπολογίζεται ότι από τα ρούχα που υπάρχουν στις γυναικείες ντουλάπες, φοριέται μόνο ποσοστό 20 - 30%.<sup>12</sup>

<sup>9</sup> J. Middleton 'Mending' K. Fletcher, M. Tham (Eds.), The Handbook of Sustainable Fashion, Routledge, UK, 9780-415-82859-8 (2015) (Κεφάλαιο 26)

<sup>10</sup> <https://www.sustainyourstyle.org/en/whats-wrong-with-the-fashion-industry>

<sup>11</sup> <https://unece.org/forestry/press/un-alliance-aims-put-fashion-path-sustainability>

<sup>12</sup> <https://www.sustainyourstyle.org/en/whats-wrong-with-the-fashion-industry>

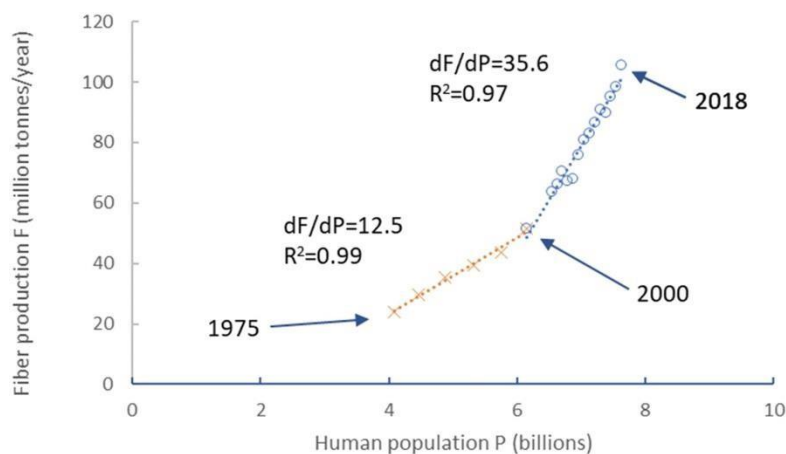
Η ανάγκη για αλλαγή καταναλωτικών συνηθειών είναι πιο επιτακτική από ποτέ και η βιομηχανία πρέπει να αποκτήσει βιώσιμη προσέγγιση απέναντι στις πρώτες ύλες και την παραγωγή και επεξεργασία τους με τρόπους που δεν θα επιβαρύνουν το περιβάλλον.

## Κεφάλαιο 2 : Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

Για την παραγωγή ρουχισμού πρέπει πρώτα να φτιαχτούν υφάσματα και για την ύφανση απαιτούνται ίνες (fibre), οι οποίες μπορεί να είναι φυσικές ή συνθετικές και παράγονται από φυτά ή από ορυκτά καύσιμα. Η ζήτηση για ίνες διπλασιάστηκε από το 2000 μέχρι το 2020, ξεκινώντας από 58 εκατομμύρια τόνους και αγγίζοντας τα 109 εκατομμύρια τόνους. Καθώς αναμένεται να υπάρξει περαιτέρω αύξηση στο μέλλον, ο τομέας της Μόδας καλείται να συμμετέχει ενεργά στις αλλαγές που πρέπει να γίνουν για να επιτευχθούν οι στόχοι της Συμφωνίας του Παρισιού για αύξηση θερμοκρασίας μόνο κατά 1,5 ° C.

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται ο ρυθμός αύξηση παραγωγής ινών, σε σχέση με τον ανθρώπινο πληθυσμό, από το 1975 μέχρι το 2018, ενώ στο αμέσως επόμενο παρουσιάζεται πως ενώ διπλασιάστηκε ο όγκος των ρούχων που αγοράζουν οι καταναλωτές η χρηστικότητα τους έχει μειωθεί σημαντικά (2000-2015).

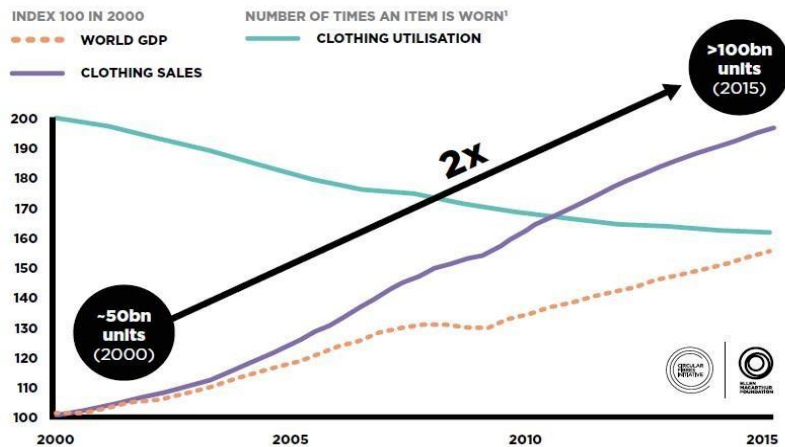
Εικόνα 5 Ο ρυθμός αύξησης παραγωγής ινών σε σχέση με τον ανθρώπινο πληθυσμό, 1975-2018



Πηγή: <https://unfccc.int/news/fashion-industry-steps-up-climate-ambition-with-renewed-charter>

Εικόνα 6: Συσχέτιση αυξανόμενου όγκου ρούχων που αγοράζεται με τη μείωση της χρησιμότητάς των.

FIGURE 1: GROWTH OF CLOTHING SALES AND DECLINE IN CLOTHING UTILISATION SINCE 2000



Πηγή: Euromonitor International Apparel & Footwear 2016 Edition (volume sales trends 2005–2015); World Bank, World development indicators – GD (2017)

Οι βιομηχανικές διαδικασίες εκτός από τα αέρια που εκλύουν, απελευθερώνουν «βρώμικο» νερό (wastewater), με χημικά υπολείμματα και κατάλοιπα από την επεξεργασία στον υδροφόρο ορίζοντα, ενώ για την ανάπτυξη εσοδειών που θα χρησιμοποιηθούν στην παραγωγή υφασμάτων καταναλώνονται επίσης τεράστιοι πόροι νερού. Δεν μπορούμε να αγνοήσουμε τη χρήση λιπασμάτων και εντομοκτόνων για τη διασφάλιση αυτών των εσοδειών.

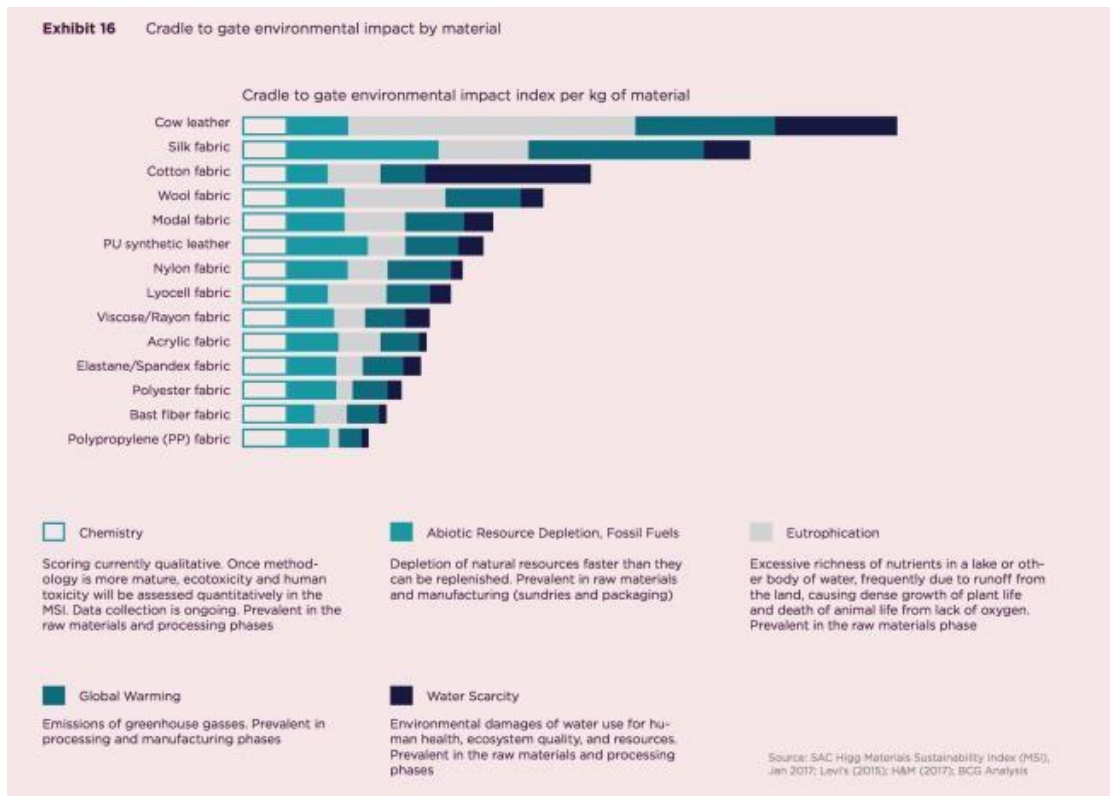
Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται το οικολογικό αποτύπωμα διαφόρων πρώτων υλών, φυσικών και συνθετικών, από αυτές που θεωρούνται βασικές για την παραγωγή ενδυμάτων, κατά HIGG<sup>13</sup>. Ταξινομούνται με βάση 5 κατηγορίες επίδρασης στο περιβάλλον<sup>14</sup>:

- Αν ο ρυθμός κατανάλωσης είναι μεγαλύτερος από το ρυθμό αναπλήρωσης των φυσικών πόρων ( Abiotic resource depletion, Fossil Fuels)
- Συμβολή στην εμφάνιση φαινομένου ευτροφισμού (Eutrophication)
- Φαινόμενο του Θερμοκηπίου (Global Warming)
- Κατάχρηση και κακοδιαχείριση νερού που είναι χρήσιμο για την ανθρωπότητα και του υδάτινου οικοσυστήματος (Water Scarcity)
- Τοξικότητα για τον άνθρωπο και για το οικοσύστημα (Chemistry)-χωρίς δεδομένα.

<sup>13</sup> <https://portal.higg.org/>

<sup>14</sup> <https://www.livekindly.co/leather-environmental-impact-fashion-industry/>

Εικόνα 7: Αξιολόγηση και Ταξινόμηση πρώτων υλών κατά HIGG



Παρατηρούμε πόσο μεγάλη είναι η περιβαλλοντική επιβάρυνση που προκύπτει από όλα τα υλικά που χρησιμεύουν ως πρώτη ύλη σήμερα για την παραγωγή ενδυμάτων και πρέπει να σκεφτούμε σοβαρά πως θα πετύχουμε την τόσο σημαντική βιωσιμότητα ώστε να εγγυηθούμε την αειφορία των πηγών και του πλανήτη.

Η επιβάρυνση του περιβάλλοντος από τη Μόδα γίνεται άμεσα αλλά και έμμεσα, όπως θα αναλύσουμε παρακάτω.

## 2.1 Οι επιπτώσεις στην ατμόσφαιρα

Η βιομηχανία της Μόδας έχει σημαντικό μερίδιο στις παραγόμενες εκπομπές αερίων θερμοκηπίου ετησίως, με το ποσοστό της να φτάνει το 10%<sup>15</sup> της παγκόσμιας παραγωγής, αφού είναι η τρίτη κατά σειρά βιομηχανία στον τομέα παραγωγής, μετά την αυτοκινητοβιομηχανία και τα εργοστάσια που παράγουν προϊόντα τεχνολογίας. Αυτό το ποσοστό μεταφράζεται σε 1.025 γιγατόνους CO<sub>2</sub> (2019)<sup>16</sup>, ξεπερνώντας τις παραγόμενες εκπομπές της Ναυτιλίας και της Αεροπλοΐας μαζί<sup>17</sup> και αν δεν ληφθούν μέτρα για μια πιο

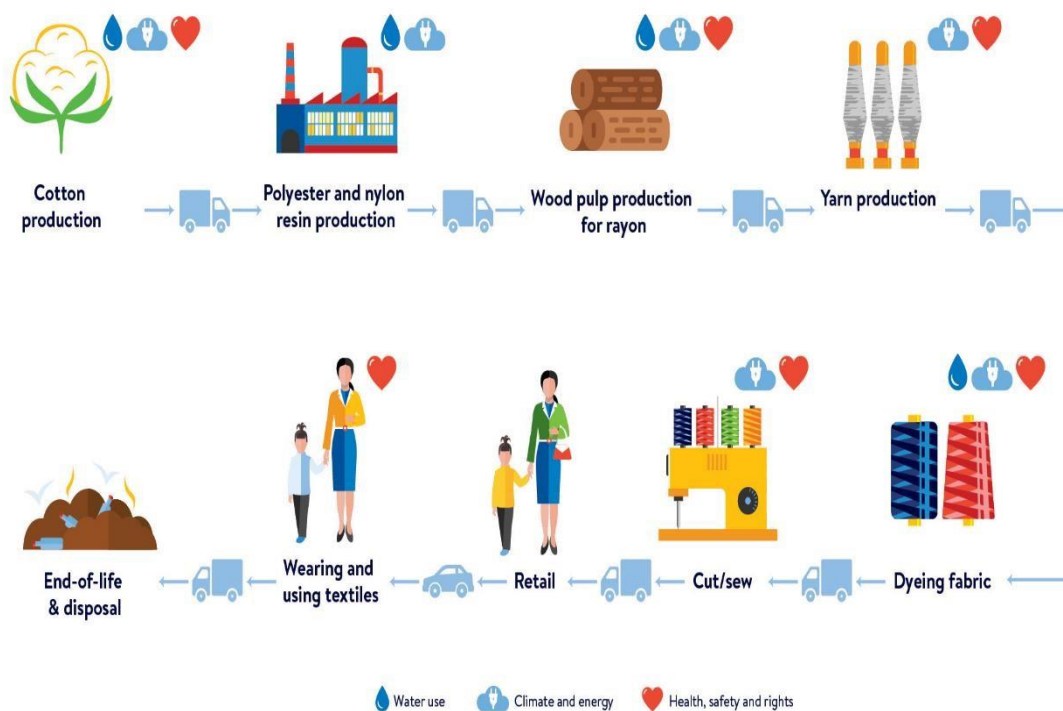
<sup>15</sup> <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2019/09/23/costo-moda-medio-ambiente>

<sup>16</sup> <https://www.wri.org/research/roadmap-net-zero-delivering-science-based-targets-apparel-sector>

<sup>17</sup> <https://www.nature.com/articles/s41558-017-0058-9>

βιώσιμη προσέγγιση, τα εκλυόμενα αέρα αναμένεται να αυξηθούν έως και σε 26% μέχρι το 2050.<sup>18</sup>

Εικόνα 8: Παραγωγικά στάδια στη βιομηχανία Μόδας



Source: The Sustainability Consortium®, ©2017 Arizona State University and University of Arkansas

Πηγή: <https://sustainabilityconsortium.org/wal-mart-stores-enhancing-walmart-sustainability-value-chain/>

Στην παραπάνω εικόνα βλέπουμε σε ποια στάδια της παραγωγικής διαδικασίας απαιτείται η κατανάλωση ενέργειας που επιβαρύνει κλιματικά το περιβάλλον (με το σύμβολο της πρίζας), εκλύοντας τις μεγάλες ποσότητες αερίων του θερμοκηπίου που αναφέραμε. Ενέργεια καταναλώνεται και για την καλλιέργεια φυτικών ινών και κατά την επεξεργασία πετρελαίου για την παραγωγή των συνθετικών υφασμάτων αλλά και σε όλα τα υπόλοιπα στάδια της κλωστοϋφαντουργικής παραγωγικής διαδικασίας. Φυσικά ενέργεια καταναλώνεται και για τη μεταφορά των ενδυμάτων, συνήθως σε πολύ μακρινές αποστάσεις από τον τόπο παραγωγής στην περίπτωση των ρούχων Γρήγορης Μόδας. Ένα ακόμα στάδιο που είναι ρυπογόνο για την ατμόσφαιρα είναι η απόρριψη των ρούχων και η συγκέντρωσή τους σε χωματερές όπου είτε στοιβάζονται σε τεράστιες ποσότητες είτε καίγονται, δυσχεραίνοντας το ήδη υπάρχον πρόβλημα της διαχείρισης απορριμμάτων, αφού τα υφάσματα που αποσυντίθεται ή καίγονται απελευθερώνουν CO<sub>2</sub>, μεθάνιο και άλλα αέρια. Για να μιλήσουμε λοιπόν για βιώσιμη Μόδα, θα πρέπει να ξεκινήσουμε από την απανθρακοποίηση της βιομηχανίας σε όλα της τα παραγωγικά στάδια. Παρατηρώντας πιο προσεκτικά θα δούμε το φορτηγό που συνδέει όλα τα στάδια της αλυσίδας μεταξύ τους. Και αν το σκεφτούμε καλύτερα θα συνειδητοποιήσουμε τις αποστάσεις και τις διαδρομές που διανύουν τα ενδύματά μας κατά την παραγωγική τους διαδικασία αλλά και για να φτάσουν στα χέρια μας. Αυτό σημαίνει κατανάλωση καυσίμων και ακόμα περισσότερες εκπομπές ρύπων για την ατμόσφαιρα. Είναι

<sup>18</sup> <https://www.genevaenvironmentnetwork.org/resources/updates/sustainable-fashion/>

σημαντικό λοιπόν η εφοδιαστική αλυσίδα να επανεφευρεθεί με τρόπο που θα συμπεριλαμβάνει την τοπική αγορά ώστε να είναι βιώσιμη στο κομμάτι των Logistics.

Ήδη υπάρχουν πρωτοβουλίες μεταξύ των μεγάλων οίκων Μόδας για στροφή σε πράσινη ηλεκτροδότηση των εργοστασίων αλλά και σε όλα τα στάδια της αλυσίδας παραγωγής, συμπεριλαμβανομένης ακόμη της ενέργειας που απαιτείται για να λειτουργήσουν τα φυσικά τους καταστήματα.<sup>19</sup>

## 2.2 Οι επιπτώσεις στον τομέα της Γεωργίας

Καθώς η ζήτηση για ίνες είναι τεράστια από την βιομηχανία υφασμάτων και ειδικότερα με τη ζήτηση για βαμβάκι να καλύπτει το 50% της συνολικής παραγωγής σε ρούχα<sup>20</sup>, η αγροτική παραγωγή έχει επικεντρωθεί στην καλλιέργεια βαμβακιού που όμως είναι ιδιαίτερα απαιτητική σε νερό και λόγω της ευαισθησίας του φυτού σε προσβολή από έντομα και ασθένειες χρειάζεται να γίνει και χρήση λιπασμάτων.

Οι ποσότητες που απαιτούνται σε νερό ώστε να καλλιεργηθεί ποσότητα βάμβακος αρκετή για τη δημιουργία μιας μόνο μπλούζας ισοδυναμεί με την μέση ποσότητα λίτρων νερού που καταναλώνει ένας άνθρωπος σε διάστημα δυόμισι ετών, καθώς για την παραγωγή ενός κιλού χρειάζεται κατανάλωση 7.000-10.000 λίτρων.<sup>21</sup>

Εικόνα 9 : Ποσότητες που απαιτούνται σε βαμβάκι για την κατασκευή ενός ρούχου

ΕΙΔΟΣ ΕΝΔΥΜΑΤΟΣ	ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΣΕ ΒΑΜΒΑΚΙ ΑΝΑ ΤΜΧ( Kg)
Τζιν παντελόνι	0,680
Μπλούζα (T-shirt)	0,272
Φούστα	0,4082
Φόρεμα	0,5897

Με στοιχεία από : <https://ccgga.org/cotton-information/much-cotton-take/>

Η χρήση των λιπασμάτων συνδέεται και με την εκπομπή αερίων λόγω των συστατικών που περιέχουν αλλά και της βιομηχανικής διαδικασίας με την οποία παράγονται, έχει όμως και άλλη μια επικίνδυνη διάσταση που συχνά δεν αξιολογείται όσο σοβαρά θα έπρεπε: Οι αγρότες από την επαφή τους με τα λιπάσματα που περιέχουν τοξικές ουσίες αρρωσταίνουν. Έρευνες έχουν συνδέσει την έκθεση σε λιπάσματα με αναπνευστικά προβλήματα, ενόχληση στα μάτια, ψυχικές ασθένειες, διάφορους τύπους καρκίνου και εν τέλει το θάνατο.<sup>22</sup>

<sup>19</sup> <https://unfashionalliance.org/>

<sup>20</sup> <https://fashion-history.lovetoknow.com/fabrics-fibers/cotton>

<sup>21</sup> <https://bioresourcesbioprocessing.springeropen.com/articles/10.1186/s40643-020-00339https://bioresourcesbioprocessing.springeropen.com/articles/10.1186/s40643-020-00339-1/tables/11/tables/1>

<sup>22</sup> <https://www.fashionrevolution.org/standing-up-for-the-farmers-who-grow-our-cotton/>



Επιπλέον με την εκτεταμένη χρήση λιπασμάτων δημιουργούνται συγκεντρώσεις νιτρικών και φωσφορικών ιόντων στο νερό που προκαλούν φαινόμενα ευτροφισμού.<sup>23</sup>

Ένα ακόμα θέμα που δεν είναι προφανές, είναι η δέσμευση αγροτικής γης για καλλιέργεια φυτών που θα δώσουν πρώτες ύλες στη Μόδα έναντι της παραγωγής τροφής ή της οικιστικής χρήσης. Η ζήτηση είναι τόσο μεγάλη που χρησιμοποιούνται επιφάνειες που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν για την καλλιέργεια τροφής ώστε να περιοριστεί το φαινόμενο της πείνας στις φτωχότερες χώρες αλλά και τη δημιουργία κατοικιών ώστε να αντιμετωπιστούν προβλήματα στέγασης.

Εφόσον οι μεγαλύτερες ποσότητες βαμβακιού παράγονται σε Κίνα, Ινδία, Βραζιλία, Πακιστάν και Ουζμπεκιστάν μπορούμε να πούμε ότι οι βιώσιμες μέθοδοι καλλιέργειας δεν αποτελούν προτεραιότητα όταν οι καλλιεργητές πασχίζουν να αποκτήσουν κάποιο εισόδημα. Για το λόγο αυτό χρησιμοποιούνται γενετικά τροποποιημένοι σπόροι (οικονομικότεροι στην αγορά, ανθεκτικότητα σε ασθένειες και έντομα) που όμως έχουν μεγαλύτερες ανάγκες σε νερό για την ανάπτυξή τους.<sup>24</sup>

Υπάρχει όμως βιώσιμη λύση; Το οργανικό βαμβάκι <sup>25</sup>(κυρίως βαμβάκι, αλλά και κάνναβη, λινάρι ή μαλλί) που θεωρείται η καλύτερη επιλογή για το δέρμα μας ,προκειμένου τα ρούχα που φοράμε να μην θεωρούνται επιβλαβή, αποδίδει ποιοτικότερο προϊόν με πιο αργή διαδικασία μεν, αλλά η εξοικονόμηση σε πόρους και στις συνέπειες στο περιβάλλον είναι μεγάλη. Τα οργανικά προϊόντα δεν παράγονται από γενετικά τροποποιημένους σπόρους, στην καλλιέργεια χρησιμοποιούνται πιστοποιημένες μέθοδοι που προστατεύουν από την υπερκατανάλωση νερού (και συνεπώς τη διάβρωση του εδάφους) αλλά κυρίως δεν χρησιμοποιούνται επικίνδυνα λιπάσματα και φυτοφάρμακα, ώστε να επηρεάζονται οι αγρότες, το έδαφος και τελικά οι καταναλωτές από την καθημερινή χρήση των ρούχων τους.

Σημαντική αξία έχει επίσης να επανεξεταστεί η καλλιέργεια σε περιοχές που δεν διαθέτουν επαρκείς πόρους νερού προκειμένου να μην επιβαρύνονται άλλο τα τοπικά αποθέματα από εμπορικές καλλιέργειες, την ώρα που οι κάτοικοι στερούνται αυτού του δημόσιου αγαθού.

### 2.3 Οι επιπτώσεις στον υδροφόρο ορίζοντα

Το νερό είναι ένα σημαντικό στοιχείο σε όλα τα στάδια παραγωγής ενδυμάτων. Από το πότισμα μιας καλλιέργειας βαμβακιού που θα χρησιμοποιηθεί για ύφασμα μέχρι την απόρριψη λυμάτων από τα εργοστάσια παραγωγής, η κατάχρηση και κακή διαχείριση του νερού είναι επίσης μεγάλο πρόβλημα στη βιομηχανία της Μόδας.

Η μόλυνση του νερού είναι μια αόρατη απειλή και η εκτεταμένη χρήση του από τη βιομηχανία ένδυσης και υφασμάτων συμβάλλει δραματικά. Υπολογίζεται ότι η βιομηχανία Μόδας καταναλώνει ετησίως 93 δισεκατομμύρια κυβικά μέτρα νερού και δυστυχώς με τις αυξητικές

---

<sup>23</sup> <https://ir.lib.uth.gr/xmlui/bitstream/handle/11615/50362/19009.pdf?sequence=1> σελ.23

<sup>24</sup> <https://www.fashionrevolution.org/standing-up-for-the-farmers-who-grow-our-cotton/>

<sup>25</sup> <https://www.soilassociation.org/take-action/organic-living/fashion-textiles/>

τάσεις που παρατηρούνται στον κλάδο, αυτό το νούμερο αναμένεται να διπλασιαστεί μέχρι το 2030.<sup>26</sup>

Τεράστιες είναι οι απολήψεις νερού που γίνονται με σκοπό το πότισμα των καλλιεργειών, ειδικά σε χώρες που έχουν προβλήματα λειψυδρίας. Μια τέτοια περίπτωση είναι και η λίμνη Aral στο Ουζμπεκιστάν<sup>27</sup>, που ενώ ήταν μέσα στις 4 μεγαλύτερες λίμνες του κόσμου μέσα σε 50 χρόνια έμεινε να θυμίζει μια έρημο με μικρές λίμνες λόγω της υπεράρδευσης των καλλιεργειών βαμβακιού. Υπάρχουν διαμαρτυρίες στη διεθνή κοινότητα για τη μετεγκατάσταση των εργοστασίων βιομηχανιών που απαιτούν μεγάλη κατανάλωση νερού σε περιοχές με επαρκή αποθέματα καθώς το ζήτημα έχει και ηθική διάσταση.

Εικόνα 10: Λίμνη Αραλ, Ουζμπεκιστάν



Πηγή: <https://envirobites.org/2019/03/25/how-the-driest-regions-on-the-planet-add-to-sea-level-rise/>

Η διαδικασία για την βαφή των υφασμάτων είναι η 2<sup>η</sup> πιο ρυπογόνος βιομηχανική διαδικασία για το νερό παγκοσμίως, αφού μετά την επεξεργασία με χημικά, τοξικά υλικά και άλατα, το νερό απορρίπτεται σε κοντινά ρυάκια και ποτάμια χωρίς να υποστεί κάποια διαδικασία καθαρισμού και ανακύκλωσης. Το 2015 υπολογίστηκε ότι χρησιμοποιήθηκαν 79 δισεκατομμύρια κυβικά νερού, από τα οποία ποσοστό 80%-90% απορρίφθηκε εκ νέου στο περιβάλλον χωρίς περαιτέρω επεξεργασία.<sup>28</sup> Υπάρχει θεσμικό πλαίσιο για την προστασία του περιβάλλοντος καθώς και τη διαχείριση των νερών που περισσεύουν μετά τις διάφορες

<sup>26</sup> <https://www.globalfashionagenda.com/publications-and-policy/fashion-on-climate/>

<sup>27</sup> <https://www.weforum.org/agenda/2020/02/aral-sea-lake-water-nature-human-impact/>

<sup>28</sup> <https://www.forbes.com/sites/mikescott/2020/09/19/out-of-fashionthe-hidden-cost-of-clothing-is-a-water-pollution-crisis/?sh=7401416c589ca-water-pollution-crisis/?sh=7401416c589c>

φάσεις επεξεργασίας, που προβλέπει τον καθαρισμό του νερού και υποδεικνύει τους κατάλληλους τρόπους διαχείρισης των αποβλήτων ώστε να είναι ασφαλής η απόρριψή τους. Τα μεγάλα εργοστάσια έχουν υποδομές και κονδύλια για να υποστηρίξουν αυτές τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν, όμως τα μικρότερα εργοστάσια δεν έχουν τις απαιτούμενες υποδομές και οι εργαζόμενοι πληρώνονται πενιχρά και είναι αδιάφοροι, ανειδίκευτοι ή φοβισμένοι για να αντιμετωπίσουν τέτοια θέματα. Δεν αντιλαμβάνονται προφανώς ότι αυτή η διαδικασία μολύνει το περιβάλλον που ζουν και το νερό που καταναλώνουν και οδηγεί σε σοβαρές ασθένειες όπως ο καρκίνος. Τα λύματα (wastewater) από τα εργοστάσια παραγωγής ρούχων και υφασμάτων αποτελούν το 20% των συνολικών λυμάτων παγκοσμίως που επιμολύνουν ποτάμια, ωκεανούς, το πόσιμο νερό και το υπέδαφος.<sup>29</sup>

Είναι σημαντικό να ληφθεί μέριμνα για αυτά τα νερά καθώς οι ποσότητες είναι τεράστιες, αρκεί να σκεφτούμε ότι για κάθε κιλό υφάσματος χρειάζονται περίπου 100 λίτρα νερού<sup>30</sup> προκειμένου να λευκανθεί, να βαφτεί και να σταθεροποιηθούν τα χρώματα. Τα τελευταία χρόνια γίνονται προσπάθειες για καθαρισμό και ανακύκλωση νερού που προκύπτει από αυτή την επεξεργασία και μένει να δούμε αν τα αποτελέσματα θα εφαρμοσθούν σε ευρεία κλίμακα προκειμένου η Μόδα να γίνει βιώσιμη και φιλικότερη στο περιβάλλον.

Εικόνα 11: Λύματα από εργοστάσια παραγωγής υφασμάτων που χύνονται στο νερό



Πηγή: <https://biomedres.us/fulltexts/BJSTR.MS.ID.004692.php>

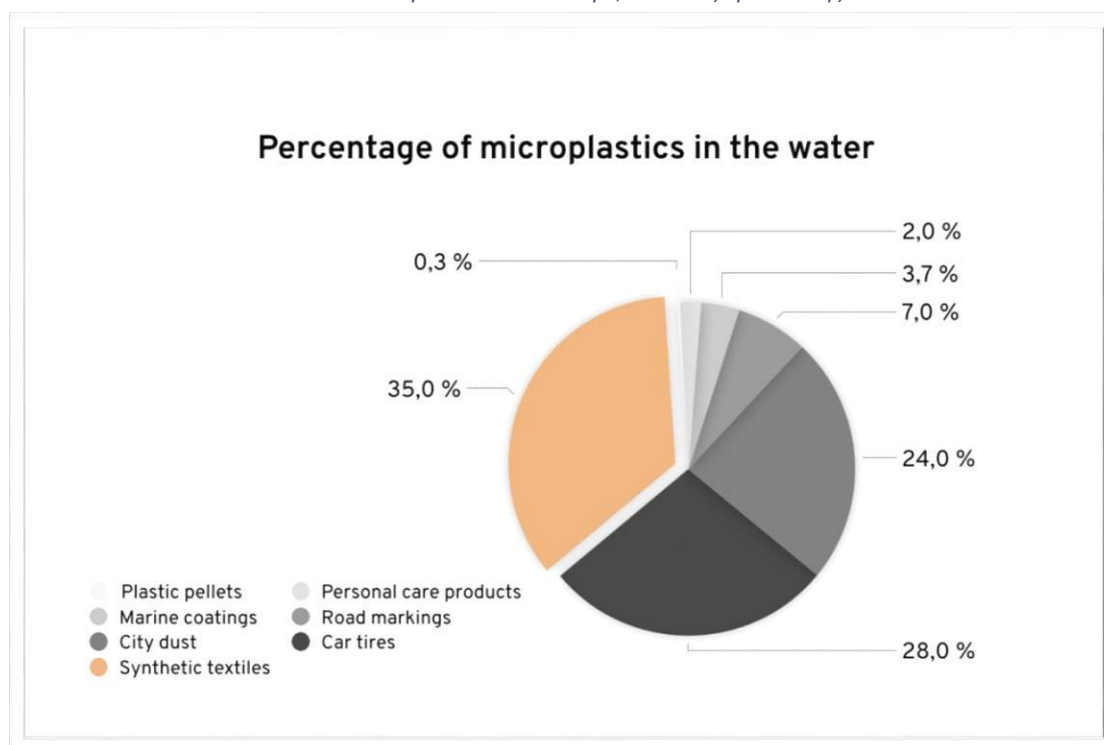
Το πρόβλημα δεν σταματάει με την ολοκλήρωση της παραγωγής αφού τα ρούχα μας πλένονται για να καθαριστούν και κατά τη διάρκεια ζωής τους. Κατά το πλύσιμο ρούχων που είναι φτιαγμένα από συνθετικά υφάσματα όπως πολυεστέρας, νάιλον και ακρυλικό, απελευθερώνονται στο νερό μικροπλαστικά, τα οποία ακολουθώντας τον κύκλο του νερού φτάνουν τελικά σε λίμνες, ποτάμια και ωκεανούς, απειλώντας τη ζωή όλων των ζωντανών οργανισμών αλλά και του ανθρώπου. Ως μικροπλαστικά αναφέρουμε μικρά κομμάτια

<sup>29</sup> <https://www.codogirl.com/blogs/news/the-impact-of-fast-fashion>

<sup>30</sup> <https://www.commonobjective.co/article/the-issues-water>

πλαστικού, με μέγεθος μικρότερο των 5 χιλιοστών. Υπολογίζεται ότι σε κάθε κύκλο πλύσης απελευθερώνονται έως και 700.000 μικροπλαστικά, ανάλογα με τον τύπο του υφάσματος και τη διάρκεια του κύκλου πλύσης.<sup>31</sup> Τα πλαστικά αυτά που έχουν μέγεθος έως και μικρότερο από τη μύτη μιας καρφίτσας και δεν ανιχνεύονται πάντα με γυμνό μάτι, συγκρατούνται σε κάποιο βαθμό από το ριζικό σύστημα των φυτών που υπάρχουν σε παραποτάμους ή ακόμα και μέσα στο δίκτυο σωληνώσεων απ' όπου διοχετεύονται σε μεγαλύτερους ταμιευτήρες νερού και στη συνέχεια στους ωκεανούς. Τα τελευταία χρόνια, με έρευνες που γίνονται σε παραλίες, διαπιστώθηκε ότι μικροπλαστικά εντοπίζονται και στον αέρα εκτός από το νερό και το έδαφος.<sup>32</sup> Η διάσπαση των πλαστικών παράγει χημικές συστάσεις που είναι τοξικές για το θαλάσσιο οικοσύστημα, με τα μικροπλαστικά να καταναλώνονται από τα ψάρια μέσω της διαδικασίας αναπνοής τους και δεν φιλτράρονται από τα βράγχια, με αποτέλεσμα να συσσωρεύονται μέσα στον οργανισμό τους και με τη διατροφική αλυσίδα να καταλήγουν στα σώματα όλων των έμβιων οργανισμών, συμπεριλαμβανομένου του ανθρώπου.<sup>33</sup> Τα τελευταία χρόνια οι επιστημονικές έρευνες έδειξαν ότι μικροπλαστικά ανιχνεύονται πλέον και στο ανθρώπινο αίμα, μάλιστα η συσσώρευση ετησίως στο ανθρώπινο σώμα υπολογίζεται να έχει το μέγεθος μιας πιστωτικής κάρτας.

Εικόνα 12: Μικροπλαστικά στο νερό, ανά είδος προέλευσης



Πηγή: IUCN. (2017). Primary Microplastics in the ocean.

<sup>31</sup> <https://www.theguardian.com/science/2016/sep/27/washing-clothes-releases-water-polluting>  
<https://www.theguardian.com/science/2016/sep/27/washing-clothes-releases-water-polluting-fibres-study-finds>

<sup>32</sup> [NA145 | Nautilus Live](#)

<sup>33</sup> <https://www.theguardian.com/science/2016/sep/27/washing-clothes-releases-water-polluting>  
<https://www.theguardian.com/science/2016/sep/27/washing-clothes-releases-water-polluting-fibres-study-finds>

## 2.4 Οι επιπτώσεις στα δάση

Θα αναρωτιέται κανείς: Μα τι σχέση έχουν τα δάση με τη Μόδα; Κι όμως πρόκειται για τη βιομηχανία που αντλεί πρώτη ύλη για τα συνθετικά υφάσματα που παράγει από τα δέντρα. Η κυτταρίνη που βρίσκεται στο ξύλο μετατρέπεται χημικά μαζί με τα υπολείμματα του βαμβακιού σε ύφασμα ρεγιόν ή βισκόζη, την πρώτη συνθετική ίνα (έτος 1891). Οι ιδιότητες του ρεγιόν που είναι γνωστό και ως τεχνητό μετάξι είναι ότι παρόλο που είναι συνθετικό, οι πρώτες ύλες του είναι φυσικές και έχει ωραία εφαρμογή, παραμένοντας ελαφρύ.<sup>34</sup> Για αυτούς τους λόγους είναι εξαιρετικά διαδεδομένη η χρήση του στη Μόδα, με αποτέλεσμα να καταναλώνονται φυσικοί πόροι για τη δημιουργία του που αντιστοιχούν σε περισσότερα από 200 εκατομμύρια δέντρα ετησίως.<sup>35</sup>

Εικόνα 13: Αποψιλωμένο δάσος στο Βόρνεο



Πηγή: [https://www.ecotextile.com/2020100626789/materials-production-news/viscose-linked-](https://www.ecotextile.com/2020100626789/materials-production-news/viscose-linked-tohttps://www.ecotextile.com/2020100626789/materials-production-news/viscose-linked-to-borneo-deforestation.htmlborneo-deforestation.html)

[tohttps://www.ecotextile.com/2020100626789/materials-production-news/viscose-linked-to-borneo-deforestation.htmlborneo-deforestation.html](https://www.ecotextile.com/2020100626789/materials-production-news/viscose-linked-to-borneo-deforestation.htmlborneo-deforestation.html)

Μια εναλλακτική αιτία αποψίλωσης δασών παγκοσμίως, είναι η δημιουργία νέων εκτάσεων που μπορούν να χρησιμεύσουν ως βοσκοτόπια για ζώα που θα εκτραφούν ώστε δώσουν το δέρμα τους και το κρέας τους στην ανθρωπότητα. Στη Νότια Αμερική τα δάση που αποψιλώνονται γι' αυτό το λόγο είναι μέρος των τροπικών δασών. Οι συχνότερες πυρκαγιές στην περιοχή του Αμαζονίου τα τελευταία χρόνια κρούουν τον κώδωνα του κινδύνου, συσχετίζοντας το φαινόμενο με την κλιματική κρίση του πλανήτη, τα αίτια της οποίας είναι πια ορατά στην περιοχή.<sup>36</sup>

<sup>34</sup> <https://www.ifasmata.com/portal/%CF%87%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B9%CE%BC%CE%B1/ifasmatologia/20-ifasmatologia>

<sup>35</sup> <https://canopyplanet.org/campaigns/canopystyle/>

<sup>36</sup> [https://www.anthesisgroup.com/through-the-looking-glass-the-hidden-deforestation-in-the-fashion-industry/fashion-industry/](https://www.anthesisgroup.com/through-the-looking-glass-the-hidden-deforestation-in-thehttps://www.anthesisgroup.com/through-the-looking-glass-the-hidden-deforestation-in-the-fashion-industry/fashion-industry/)

Σημαντικές πρωτοβουλίες έχουν οργανωθεί παγκοσμίως προκειμένου να υπάρξουν δεσμεύσεις από τις βιομηχανίες-καταναλωτές των πρώτων αυτών υλών ότι θα αλλάξει η φιλοσοφία κατανάλωσης και οι μέθοδοι εξαγωγής και επεξεργασίας θα αντικατασταθούν με φιλικότερες προς το περιβάλλον. Η ανάγκη αλλαγής για τη Μόδα είναι επιτακτική, καθώς ακόμα και αν δεν επιβαρύνει με τη χρήση της κυτταρίνης, απαιτείται η κατανάλωση ξύλου για τη δημιουργία των χάρτινων συσκευασιών των ειδών ένδυσης και υπόδησης ώστε να μεταφερθούν και να διατεθούν στην αγορά.<sup>37</sup> Απαραίτητη είναι βέβαια η ενημέρωση των καταναλωτών για αυτό το πρόβλημα, όπως και για τα υπόλοιπα, ώστε να μπορούν να λαμβάνουν αποφάσεις για τις αγορές τους με πλήρη επίγνωση κι ευθύνη για το αντίκτυπό τους στο περιβάλλον.

## 2.5 Οι επιπτώσεις στα ζώα

Μια άλλη πηγή πρώτων υλών στη βιομηχανία της Μόδας είναι τα ζώα. Μόλις τα τελευταία χρόνια γίνεται αντιληπτό πόσο μεγάλο είναι αυτό το πρόβλημα μιας που από τα ζώα λαμβάνεται το μαλλί, το δέρμα, η γούνα, τα πούπουλά τους και το μετάξι. Προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες της ολοένα και αυξανόμενης ζήτησης που συζητάμε, έχουν δημιουργηθεί φάρμες εκτροφής ζώων καθώς οι πληθυσμοί που υπήρχαν στη γη δεν επαρκούσαν, ενώ μάλιστα κάποια είδη έχουν πλέον εξαφανιστεί. Ο αριθμός των ζώων που εκτρέφονται και σκοτώνονται ετησίως για να βρεθούν πρώτες ύλες για τη Μόδα αγγίζει τα 1.4 δισεκατομμύρια.<sup>38</sup>

Μαλλί: ένα προϊόν της κτηνοτροφικής δραστηριότητας που χρησιμοποιείται στο ντύσιμο των ανθρώπων από τα αρχαία χρόνια, λόγω της ανθεκτικότητάς του και της ιδιότητας να ζεσταίνει. Το μαλλί σε πρώτη ανάγνωση φαίνεται αθώο, είναι όμως ένας βασικός συντελεστής στην κλιματική αλλαγή, καθώς τα κοπάδια ζώων που εκτρέφονται απασχολούν εκτάσεις γης που θα μπορούσαν να διατίθενται διαφορετικά και καταναλώνουν τροφές που αυξάνουν τη βιομηχανική δραστηριότητα και επιβαρύνουν το περιβάλλον. Κατά την βιομηχανική επεξεργασία του μαλλιού χρησιμοποιούνται επίσης τεράστιες ποσότητες νερού που επιστρέφει στο περιβάλλον επιβαρυσμένο με χημικά αλλά και εκλύονται αέρια που συμβάλουν στην έξαρση του φαινομένου του θερμοκηπίου. Ξεχωριστή κατηγορία είναι το μεθάνιο που παράγεται κατά τη διαδικασία πέψης των ζώων, που ενώ έχει μικρότερη διάρκεια ζωής από το διοξείδιο του άνθρακα, θερμαίνει τον πλανήτη πολύ περισσότερο. Επιπλέον, τα ζώα βουτιούνται σε αντιμυκητιασικά και απεντομωτικά φάρμακα προκειμένου να παραμένουν υγιή και στη συνέχεια υπόκεινται σε ξύρισμα του δέρματός τους μια φορά το χρόνο. Η ποσότητα από κάθε πρόβατο φτάνει τα 4,5 κιλά το χρόνο περίπου και αρκεί για τη δημιουργία 10 μέτρων μάλλινου υφάσματος ή περίπου 10 πουλόβερ. Η συνολική παραγωγή μαλλιού ετησίως, φτάνει για την κατασκευή ενός πουλόβερ για κάθε άνθρωπο επάνω στον πλανήτη.<sup>39</sup> Διαφορετικοί τύποι μαλλιού παράγονται από διαφορετικές ράτσες προβάτων. Γίνονται προσπάθειες για την παραγωγή οργανικού μαλλιού προκειμένου να μειωθεί η επιβάρυνση στους ανωτέρω τομείς.<sup>39</sup>

<sup>37</sup> <https://forest500.org/who-global-canopy>

<sup>38</sup> <https://www.surgeactivism.org/animalsinfashion>

<sup>39</sup> <https://www.commonobjective.co/article/fibre-briefing-wool> <sup>39</sup>  
<https://iwto.org/sheep/>

Δέρμα: Τα ζώα που θανατώνονται για το δέρμα τους είναι πολλά, κάποια που ανήκουν σε μεγάλους πληθυσμούς όπως οι αγελάδες, πρόβατα, αρνιά και κάποια που πλέον προστατεύονται ή έχουν εξαφανιστεί από τον πλανήτη, όπως φίδια, ελέφαντες, κροκόδειλοι και άλλα ερπετά. Τα δερμάτινα είδη έχουν συνδεθεί με την πολυτέλεια καθώς οι τιμές τους είναι υψηλότερες από τα υπόλοιπα αγαθά, κυρίως λόγω της ιδιαιτερότητας και της σπανιότητας του υλικού, τουλάχιστον παλαιότερα. Δεν υπάρχουν ακόμη αρκετά δεδομένα για να κρίνουμε αν τα δέρματα των ζώων επιβαρύνουν περισσότερο τον πλανήτη αν επεξεργαστούν και γίνουν ρούχα ή αν πεταχτούν σε κάποια χωματερή να σαπίσουν, όμως υπάρχουν δεδομένα για να αξιολογήσουμε την οικολογική επιβάρυνση από την εκτροφή υπεράριθμων ζώων ετησίως. Σημαντική επιρροή έχουν επίσης τα αέρια μεθανίου που απελευθερώνονται στο περιβάλλον, θέτοντας συνεχώς τις μονάδες εκτροφής και τους εργαζόμενους σε αυτές σε κίνδυνο πυρκαγιάς. Συνθετικά είδη δέρματος και τεχνοδέρματος έχουν κάνει την εμφάνισή τους τα τελευταία χρόνια, που παράγονται με βιώσιμες πρακτικές (από φύλλα κάκτου, ελαστικό ή κατάλοιπα βιομηχανικών διαδικασιών), προκειμένου να αντικαταστήσουν το αληθινό δέρμα στη Μόδα, διατηρώντας τις καλές του ιδιότητες όπως η ενισχυμένη προστασία από τη βροχή και η μεγάλη διάρκεια ζωής.<sup>40</sup>

Γούνα: 100.000.000 ζώα σκοτώνονται ετησίως για να καλυφθεί η ζήτηση σε γούνα.<sup>41</sup> Τα ζώα αυτά είναι αλεπούδες, κουνέλια, μινκ, τσιντσιλά και εκτρέφονται με σκοπό την εκμετάλλευση του τριχώματός τους. Οι συνθήκες στις οποίες ζουν είναι απάνθρωπες καθώς στοιβάζονται σε μικροσκοπικά κλουβιά ενώ θανατώνονται με ηλεκτροπληξία ή εισπνέοντας διοξείδιο του άνθρακα ώστε να μην φέρουν σημάδια στο τρίχωμα και δεν μπορεί να αξιοποιηθεί σαν πρώτη ύλη. Τα τελευταία χρόνια η χρήση γούνας στη Μόδα έχει αρχίσει να απαγορεύεται και όλο και περισσότερες χώρες ακολουθούν θεσπίζοντας σχετικό νομοθετικό πλαίσιο.

Πούπουλα: Τα αληθινά πούπουλα προσδίδουν πολυτέλεια στα ρούχα ένδυσης λόγω της εξωτικότητας που αποπνέουν, ενώ αξιοποιούνται για την παραγωγή μαξιλαριών, παπλωμάτων και άλλων λευκών ειδών. Η διαδικασία δεν διαφέρει και πολύ από την εκτροφή άλλων ζώων, τα πτηνά στοιβάζονται σε μικρούς χώρους και κατά τη διάρκεια της ζωής τους υπόκεινται σε ξεπουπούλιασμα, σε διαφορετικά σημεία του σώματος ανάλογα με την χρήση για την οποία θα διατεθούν τα πούπουλα και ξανά όσο τα πούπουλα αναπληρώνονται, μέχρι να μην είναι πια ικανοποιητική η ποιότητα ή ο ρυθμός αναπλήρωσης. Δυστυχώς δεν γίνεται μόνο εκμετάλλευση πουλιών που έχουν ήδη θανατωθεί για άλλους σκοπούς (όπως π.χ. το κρέας τους) αλλά και νέων πληθυσμών εγείροντας κι άλλα ηθικά ζητήματα.

Μετάξι: πρόκειται για μια φυσική ίνα, βιοδιασπώμενη και με μεγάλη διάρκεια ζωής. Οι ιδιότητες του να συγκρατεί υγρασία και θερμότητα, σε συνδυασμό με την μαλακή υφή του το έκαναν περιζήτητο από τα αρχαία χρόνια και είναι οι λόγοι που έχει υψηλή τιμή. Παράγεται από το κουκούλι του μεταξοσκώληκα και με την ανάλογη επεξεργασία περνάει το στάδιο της ύφανσης και μετατρέπεται σε ύφασμα. Παρόλα αυτά το μετάξι είναι το ύφασμα που κατηγοριοποιείται ως το πιο επιβαρυντικό για το περιβάλλον ως προς την παραγωγική διαδικασία καθώς απαιτείται εκμετάλλευση πολλών διαφορετικών πόρων. Αρχικά απαιτείται μεγάλη κατανάλωση ενέργειας προκειμένου να επιτευχθούν οι κατάλληλες θερμοκρασίες που απαιτούνται σε διαφορετικές παραγωγικές φάσεις. Μεγάλες ποσότητες νερού καταναλώνονται για την καλλιέργεια της μουριάς, το δέντρο στο οποίο ζει ο μεταξοσκώληκας αλλά και για τον καθαρισμό και τη βαφή του υφάσματος. Τέλος, τα χημικά που χρησιμοποιούνται στην επεξεργασία υποβαθμίζουν την ποιότητα του υφάσματος αλλά και

<sup>40</sup> <https://www.voguebusiness.com/sustainability/leather-sustainable-fashion-big-debate>

<sup>41</sup> <https://www.furfreealliance.com/fur-farming/>

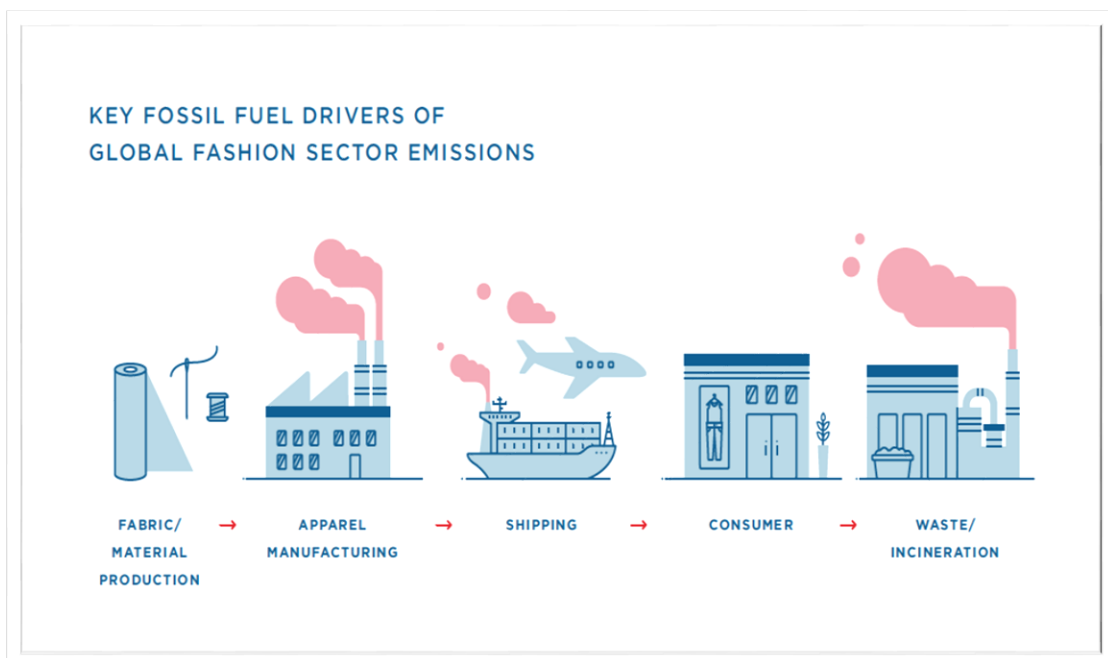
των λυμάτων που όπως παρουσιάσαμε νωρίτερα απορρίπτονται στο περιβάλλον, συχνά χωρίς κατάλληλη διαχείριση.<sup>42</sup> Στα πλαίσια των βελτιώσεων που λαμβάνουν χώρα γίνονται προσπάθειες για παραγωγή οργανικού μεταξιού αλλά και λόγω της μεγάλης διάρκειας ζωής του, το μετάξι ενδείκνυται για επανάχρηση.

## 2.6 Η χρήση ορυκτών καυσίμων στην Μόδα

Τα περισσότερα υφάσματα που χρησιμοποιούνται για την παρασκευή ρουχισμού Γρήγορης Μόδας είναι συνθετικά και προέρχονται από το πετρέλαιο και διάφορα υποπροϊόντα του. Ο πολυεστέρας, το νάιλον, το ακρυλικό και το λύκρα είναι αποτελέσματα ένωσης χημικών ινών και υπάρχουν σε ποσοστό περίπου 65% σε όλα τα ρούχα. Για την κατασκευή τέτοιων υφασμάτων καταναλώνονται 70 εκατομμύρια βαρέλια πετρελαίου ετησίως ενώ υπάρχει και μεγάλη δευτερογενής κατανάλωση πετρελαίου από τη βιομηχανία, προκειμένου να παραχθεί το πλαστικό που απαιτείται για τη δημιουργία ειδών συσκευασίας και κρεμαστρών.<sup>42</sup> Και οι δύο φάσεις της παραγωγικής διαδικασίας είναι επιβαρυντικές για τον πλανήτη αλλά και παίζουν βασικό ρόλο στην κλιματική κρίση που αντιμετωπίζουμε και πρέπει να βρεθούν βιώσιμες πρακτικές για την αντιμετώπιση του προβλήματος.

Σε αυτές τις καταναλώσεις πρέπει να προστεθούν τα καύσιμα που καταναλώνονται προκειμένου να ολοκληρωθούν οι εφοδιαστικές αλυσίδες των προϊόντων της βιομηχανίας αυτής και συνεπώς και όλα τα αέρια που εκλύονται κατά την εξέλιξη των διαφορετικών φάσεων.

Εικόνα 14: Φάσεις κατανάλωσης ορυκτών καυσίμων στη Μόδα



Πηγή: <https://www.stand.earth/blog/markets-vs-climate/fashions-coal-pollution/fashion-industry-needs-cut-its>

Το πρόβλημα δεν σταματάει στην κατανάλωση της πρώτης ύλης που δεν αναπληρώνεται με ρυθμό ικανό να αντικαταστήσει τα αποθέματα ώστε να είναι επαρκή. Η παραγωγή υφασμάτων με χημική επεξεργασία δημιουργεί προβλήματα ακόμη και κατά την απόρριψη

<sup>42</sup> <https://news.climate.columbia.edu/2021/06/10/why-fashion-needs-to-be-more-sustainable/>



των ρούχων σε χωματερές. Τα είδη ένδυσης διασπώνται εκλύοντας αέρια αλλά και απελευθερώνοντας χημικές ουσίες στο έδαφος, δηλητηριάζοντας το οικοσύστημα. Οι καταναλωτές πρέπει να μάθουν να μην πετούν απλά τα ρούχα τους αλλά να τα δωρίζουν ή να τα ανακυκλώνουν προκειμένου να μειώσουμε το φορτίο των απορριμμάτων. Κάθε χρόνο απορρίπτονται στα σκουπίδια περίπου 53 εκατομμύρια τόνοι ρούχων όπου ανάλογά τη σύνθεσή τους μπορεί να πάρει έως και 200 χρόνια να διασπαστούν.<sup>43</sup>

Σημαντικό είναι να αναφέρουμε πως οι διαδικασίες για εξόρυξη του πετρελαίου εκθέτουν σε κίνδυνο την ανθρώπινη υγεία, ειδικά για κοινότητες που βρίσκονται κοντά στις περιοχές των πετρελαιοπηγών, αλλά και καταστρέφουν τη βιοποικιλότητα και την άγρια ζωή της περιοχής.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> <https://news.climate.columbia.edu/2021/06/10/why-fashion-needs-to-be-more-sustainable/>

<sup>44</sup> [http://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/01/FOSSIL-FASHION\\_Web-compressed.pdf](http://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/01/FOSSIL-FASHION_Web-compressed.pdf)

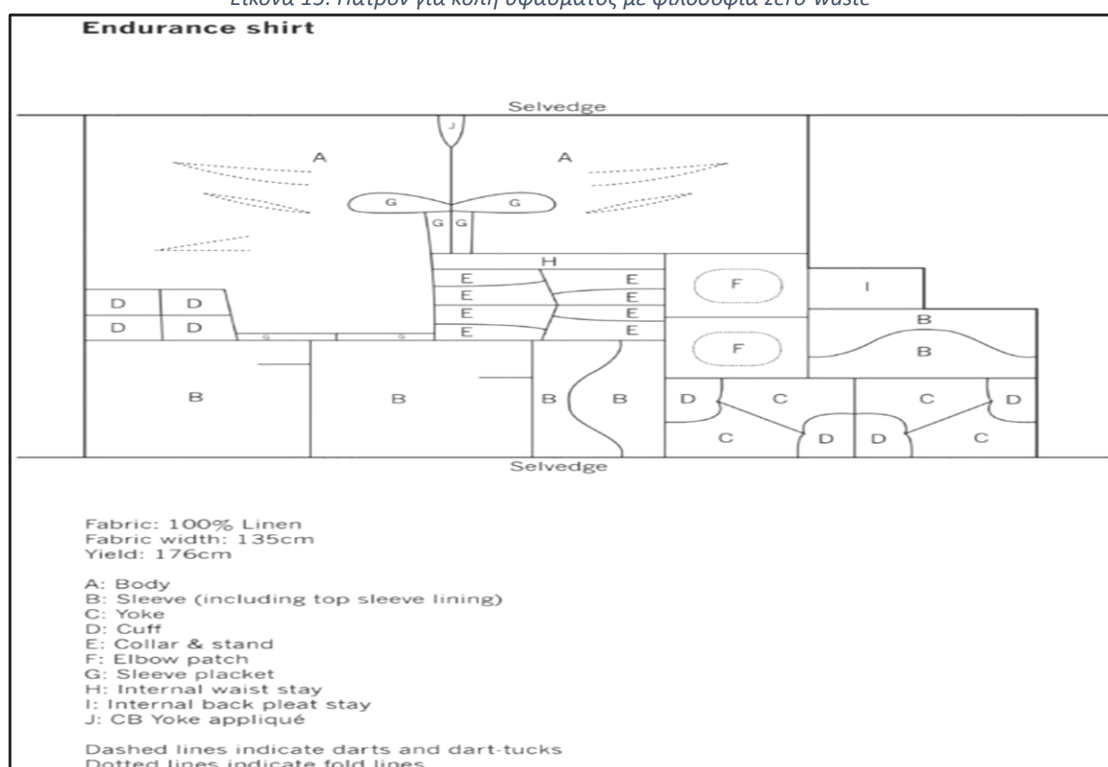
## Κεφάλαιο 3: Βιωσιμότητα και Μόδα

### 3.1 Βιωσιμότητα και κυκλική προσέγγιση

Για να υπάρξουν αποτελέσματα θα πρέπει η Μόδα να γίνει βιώσιμη και κυκλική. Ο τρόπος για να γίνει η Μόδα κυκλική βιομηχανία είναι να υπάρχει έλεγχος σε κάθε παραγωγικό στάδιο της διαδικασίας (και της αλυσίδας αξίας - value chain), που να συγκεκριμενοποιεί τι πόροι καταναλώθηκαν και τι απορρίμματα και μόλυνση προέκυψαν από αυτές τις διαδικασίες. Σκοπός είναι να γίνεται επαναχρησιμοποίηση των απορριμμάτων και των πρώτων υλών όσες περισσότερες φορές και με όση μεγαλύτερη διάρκεια γίνεται καθώς και επανάχρηση και ανακύκλωση υφιστάμενου ρουχισμού προς αποφυγή υπερκατανάλωσης φυσικών πόρων.

Σχεδιαστές, εταιρείες και επιστήμονες δουλεύουν όλοι στην ίδια κατεύθυνση : εύρεση λύσεων να γίνει η βιομηχανία κυκλική και βιώσιμη. Η μείωση των παραγόμενων απορριμμάτων είναι ύψιστης σημασίας αλλά για να υπάρξει πραγματικό αντίκρισμα, η αλλαγή ξεκινάει από τη διαδικασία σχεδιασμού, ώστε να μπου παραγωγικές δικλείδες ασφαλείας στα προϊόντα και να επιλέγονται υλικά φιλικά προς το περιβάλλον και με μεγάλη διάρκεια ζωής ώστε να μπορούν να ανακυκλωθούν. Ακόμα και ο τρόπος κοπής των υφασμάτων για την τελική παραγωγή χρειάζεται μελέτη ώστε να γίνει η καλύτερη δυνατή εκμετάλλευση με τη μικρότερη δυνατή φύρα που θα οδηγήσει σε λιγότερα σκουπίδια.

Εικόνα 15: Πατρών για κοπή υφάσματος με φιλοσοφία zero-waste

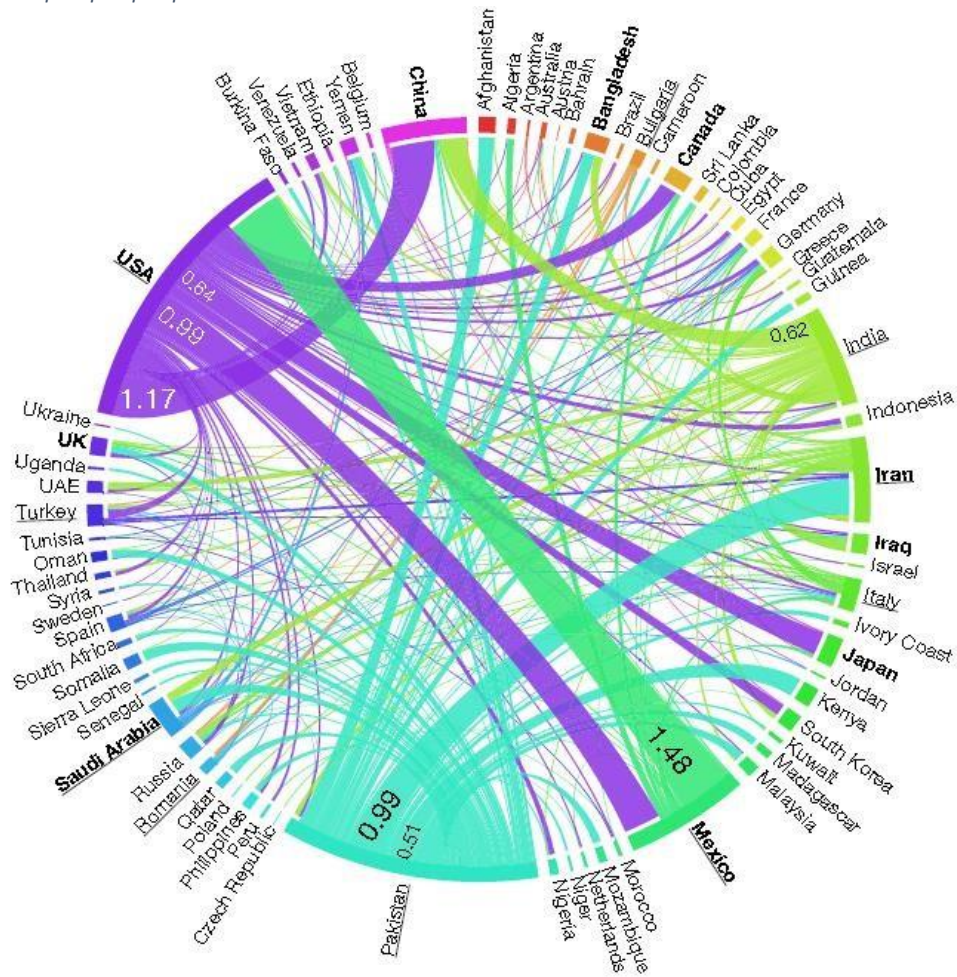


Πηγή: <https://www.seamwork.com/magazine/2016/05/zero-waste-design>

Η κατάχρηση πόρων στη Μόδα δεν είναι επιδερμική. Οι παραγωγικές διαδικασίες είναι τόσες πολλές που στην προσπάθεια για εξεύρεση πρώτων υλών για την παραγωγή δεν

αντιλαμβανόμαστε πόσο πιέζουμε τον πλανήτη και τα αποθέματα του. Χαρακτηριστικό αυτής της αλόγιστης εξάντλησης είναι η χρήση νερού. Στο παρακάτω διάγραμμα βλέπουμε πως συνδέονται οι χώρες μεταξύ τους μέσω των εξαγωγών που κάνουν αλλά και πόσο στρεσάρουν τα αποθέματά τους σε νερό προκειμένου να πετύχουν την παραγωγή των προϊόντων των εξαγωγών. Διακινδυνεύεται δηλαδή η επαρκής διατήρηση αποθεμάτων νερού για κατανάλωση από τους ανθρώπους προκειμένου να ποτιστούν καλλιέργειες βαμβακιού και άλλων υλικών που θα αποτελέσουν τη βάση για κλωστές και υφάσματα.

Εικόνα 16: Ρυθμός πίεσης αποθεμάτων νερού με βάση τις εξαγόμενες καλλιέργειες γεωργικών προϊόντων που αποτελούν πρώτη ύλη στη Μόδα



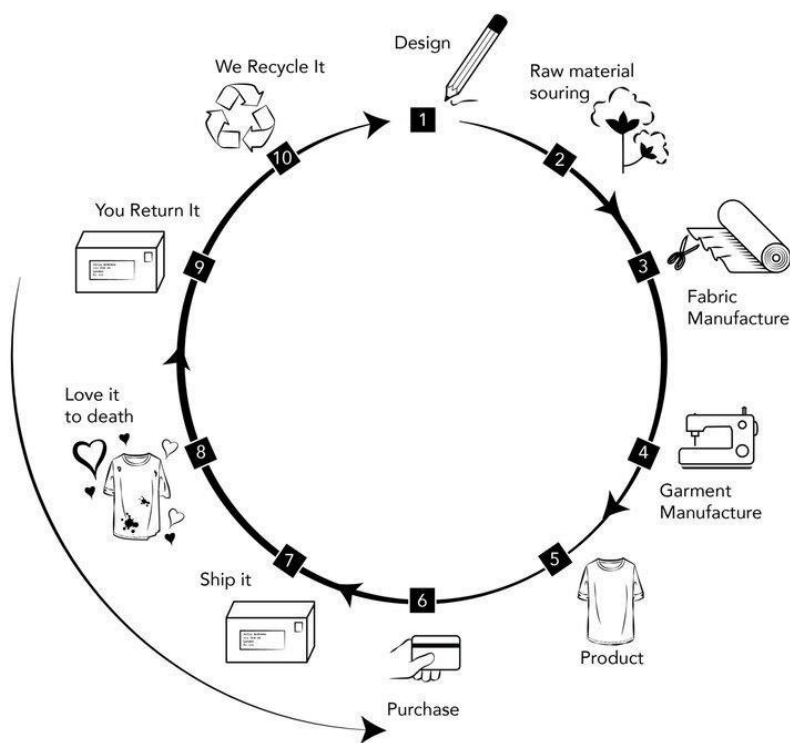
Πηγή: <https://www.chinawaterrisk.org/opinions/fast-fashion-sucking-aquifers-dry/>

### 3.2 Κυκλική Μόδα

Η ιδέα της Κυκλικής Μόδας στηρίζεται στο μοντέλο της Κυκλικής Οικονομίας και ορίζεται ως εξής: ενδύματα, υποδήματα και αξεσουάρ που σχεδιάζονται με σκοπό να χρησιμοποιηθούν υπεύθυνα και με δυνατότητες επανάχρησης ή επαναχρησιμοποίησης, ώστε να μεγιστοποιηθεί η ποιοτική διάρκεια ζωής τους αλλά και να αποικοδομηθούν ασφαλώς για το περιβάλλον όταν φτάσει η ώρα απόρριψής τους. Οι αρχές αυτές εφαρμόζονται σε όλα τα

στάδια της παραγωγικής διαδικασίας ενός προϊόντος: σχεδιασμός, εύρεση πρώτων υλών, παραγωγή και διάθεση στην αγορά και περιλαμβάνουν όλο τον κύκλο ζωής ενός αγαθού.<sup>45</sup>

Εικόνα 17: η κυκλική προσέγγιση στην παραγωγή ενδυμάτων



Πηγή: <https://www.onee.london/circulardesign>

Σε αυτή την παραγωγική διαδικασία λοιπόν το στάδιο κλειδί είναι ο σχεδιασμός. Κάθε αντικείμενο πρέπει να έχει το μικρότερο δυνατό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, διατηρώντας μια διαχρονικότητα ως προς την εικόνα ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί για χρόνια και παράλληλα την ποιότητά του για να έχει μεγάλη διάρκεια ζωής. Είναι σημαντικό ο σχεδιαστής να αντιμετωπίζει την διαδικασία υπεύθυνα και να προσφέρει στον καταναλωτή ολοκληρωμένες λύσεις αναφορικά με την επανάχρηση, ανακύκλωση ή τελική απόρριψη του προϊόντος. Πρέπει να διασφαλίζεται δηλαδή ότι ακόμα και αν το ρούχο καταλήξει στα σκουπίδια, έχει ληφθεί μέριμνα να μην επιβαρυνθεί επιπλέον το οικοσύστημα από τους παραγόμενους ρύπους. Τελευταία υπάρχει τάση για την χρήση βιοαποικοδομούμενων υφασμάτων, ενισχυμένων μάλιστα με θρεπτικά συστατικά ώστε να εμπλουτίζουν το έδαφος στο οποίο πετάγονται τα ρούχα αυτά.<sup>46</sup> Αξίζει να αναφερθεί ότι υπολογίζεται ότι κάθε χρόνο στις Η.Π.Α απορρίπτονται 11.3 εκατομμύρια τόνοι<sup>47</sup> ρούχων και υφασμάτων που κατά μέσον όρο αναλογεί σε 31 κιλά ανά άτομο<sup>48</sup> ή περίπου 2.150 τεμάχια ρουχισμού ανά δευτερόλεπτο! Στην Ευρώπη ο μέσος όρος απόρριψης ανά πολίτη, υπολογίζεται σε 12 κιλά ετησίως.

<sup>45</sup> <https://www.thehonestconsumer.com/blog/circular-fashion-and-sustainability>

<sup>46</sup> <https://www.onee.london/circulardesign>

<sup>47</sup> <https://www.bloomberg.com/graphics/2022-fashion-industry-environmental-impact/>

<sup>48</sup> <https://calpirg.org/blogs/blog/cap/fashion-industry-waste-dramatically-contributing-climate-change>

### 3.3 Βιώσιμα και Οικολογικά Υφάσματα

Στον αγώνα για περιορισμό της περιβαλλοντικής ρύπανσης θα πρέπει να μπου και οι βιομηχανίες υφασμάτων. Καλύτερα υφάσματα που θα παράγονται από φυσικά υλικά και δεν θα καταναλώνουν παρθένους πόρους με μικρό ρυθμό αναπλήρωσης είναι μια βιώσιμη λύση. Τα τελευταία χρόνια προωθείται η χρήση κάνναβης και μπαμπού αντί για το βαμβάκι, καθώς αναπτύσσονται γρήγορα σαν φυτά και δεν έχουν μεγάλες απαιτήσεις σε νερό και λιπάσματα. Βέβαια η λύση αυτή δεν είναι μονόδρομος καθώς παρατηρούνται φαινόμενα αποψίλωσης δασών προκειμένου να δημιουργηθεί χώρος για αυτές τις καλλιέργειες, χωρίς να συνυπολογίζεται η επίσης χημική διαδικασία που απαιτείται για τη βαφή των υφασμάτων που προκύπτουν και ενέχει επίσης κίνδυνο για την ανθρώπινη υγεία. Για την καλύτερη απόδοση των οργανικών καλλιεργειών προωθείται ένα νέο είδος Γεωργίας που ονομάστηκε «αναγεννητική» (Regenerative Agriculture). Στόχος είναι η παραγωγή οργανικών υφασμάτων, με φυτά από παραδοσιακούς σπόρους και χωρίς τη χρήση λιπασμάτων και φυτοφαρμάκων αλλά με την 'συγκατοίκηση' πολλών φυτών στο ίδιο χωράφι ώστε να ενισχύεται και το έδαφος με διάφορα συστατικά από τις διαφορετικές ρίζες, αφού τα φυτά δεν ξεριζώνονται αλλά κόβονται επιφανειακά.

Η βιομηχανία υφασμάτων εκμεταλλεύεται τις τελευταίες τεχνολογίες και προσπαθεί να τις χρησιμοποιήσει για παραγωγή υφασμάτων ακόμα και με αγροτικά υπολείμματα – απορρίμματα, προκειμένου να μικρύνει περισσότερο το ποσοστό αποβλήτων. Αυτή τη στιγμή υπάρχουν εταιρείες στην Ιταλία που χρησιμοποιούν νανοτεχνολογία για την παραγωγή υφάσματος που μοιάζει με το μετάξι αλλά είναι βιωσιμότερο, εκμεταλλευόμενοι συστατικά από τις φλούδες των πορτοκαλιών. Ο παγκόσμιος κολοσσός H and M χρησιμοποιεί το υλικό curro, φτιαγμένο από υπολείμματα βαμβακιού, ενώ η εταιρεία Flocus κατασκευάζει βιοδιασπώμενα και ανακυκλούμενα νήματα από το δέντρο κάποκ, που φυτρώνει σε άγονα χώματα και δεν έχει απαιτήσεις σε νερό.<sup>49</sup>

Προκειμένου να ενισχυθεί η κυκλική προσέγγιση για τη Μόδα, θα πρέπει να εδραιωθεί η διαδικασία της ιχνηλασιμότητας για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα. Αν κάποιος είναι σε θέση να γνωρίζει όλα τα συστατικά που συνθέσαν το παραγόμενο προϊόν θα μπορεί να εξορθολογήσει τις επιλογές του και οι βιομηχανίες θα αναγκαστούν να συμμορφωθούν με τα ανάλογα πλαίσια παραγωγής αφού θα προσαρμοστεί η σχετική ζήτηση. Η τεχνολογία παίζει κυρίαρχο ρόλο σε τέτοιες διαδικασίες καθώς με την καταγραφή όλων των βημάτων παραγωγής θα βοηθήσει να αποφευχθούν και φαινόμενα greenwashing από εταιρείες που ενδεχομένως να προσπαθήσουν να κερδίσουν μερίδα του καταναλωτικού κοινού διαφημίζοντας την υιοθέτηση οικολογικών πρακτικών χωρίς να είναι τελικά ουσιώδεις. Με τη χρήση της τεχνολογίας blockchain έχουν αναπτυχθεί λογισμικά που θα μπορούσαν να κατηγοριοποιούν τα ενδύματα με μοναδικά ψηφιακά αποτυπώματα( CIRCULAR ID) ώστε να είναι εύκολο να εντοπιστούν για πάντα, αποκαλύπτοντας παράλληλα στοιχεία για τον κύκλο ζωής τους.<sup>51</sup>

Παρόλο που μένουν πολλά να γίνουν, είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε ότι υπάρχει αφύπνιση σχετικά με την προστασία του πλανήτη και την κλιματική κρίση πια, σε σχέση με λίγα

<sup>49</sup> <https://news.climate.columbia.edu/2021/06/10/why-fashion-needs-to-be-more-sustainable/> <sup>51</sup> <https://www.eongroup.co/news>

χρόνια πριν και το ενδιαφέρον για τη βελτιστοποίηση των πρακτικών στη βιομηχανία είναι μεγάλο.

### 3.4 Διεθνείς πρωτοβουλίες και παγκόσμιες Δεσμεύσεις

Η Μόδα είναι μια τεράστια βιομηχανία με παγκόσμια παρουσία. Δεν αρκεί να δράσει ο καθένας μόνος του, πρέπει οι ενέργειες που θα γίνουν να είναι συλλογικές. Για το λόγο αυτό έχουν δημιουργηθεί ιδρύματα και πρωτοβουλίες όπου συμμετέχουν οργανισμοί με στόχο τη δημιουργία μιας νέας βιομηχανίας υφασμάτων, μια βιώσιμη εκδοχή που θα παράγει υφάσματα με μεγάλη διάρκεια και αντοχή, με σκοπό να ενισχυθεί η μεταπώληση, ως τρόπος επανάχρησης, και η ανακύκλωση σε νέα προϊόντα ώστε να περιοριστεί η μόλυνση του πλανήτη.<sup>50</sup>

#### 3.4.1 GLOBAL CLIMATE ACTION-FASHION INDUSTRY CHARTER FOR CLIMATE ACTION

Καθώς η Μόδα είναι μια βιομηχανία που εκλύει όπως αναφέραμε περίπου το 10% των παγκόσμιων εκπομπών αερίων θερμοκηπίου ετησίως είναι πρωταρχική ανάγκη να γίνουν διορθωτικές ενέργειες σε αυτή την κατεύθυνση προκειμένου να συμβάλει στην αντιμετώπιση της κλιματικής κρίσης και των στόχων που έχουν τεθεί για παγκόσμια μείωση εκπομπών μέχρι το 2050 προκειμένου να διατηρηθεί η θερμοκρασία του πλανήτη σε συγκεκριμένα επίπεδα. Για το λόγο αυτό δημιουργήθηκε μια πρωτοβουλία του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών με την ονομασία «GLOBAL CLIMATE ACTION» που περιλαμβάνει τις ενέργειες στις οποίες δεσμεύονται να προβούν όσοι συμμετέχουν.

Εικόνα 18: Διακριτικό πρωτοβουλίας για τη Μόδα UN



Πηγή: <https://unfashionalliance.org/>

Για τον τομέα της Μόδας υπάρχει η ενότητα «Fashion Industry Charter for Climate Action» που αναθεωρήθηκε το Νοέμβριο του έτους 2021 προκειμένου να συμβαδίζει με τα όσα ειπώθηκαν στη Σύνοδο COP 26 που έλαβε χώρα στη Γλασκόβη. Έτσι, όσοι συμμετέχουν υπογράφοντάς τη αναγνωρίζουν ότι η μέχρι σήμερα δράση τους έχει περιβαλλοντικό αντίκτυπο και μάλιστα σοβαρό και δεσμεύονται να προβούν στις κάτωθι ενέργειες:

<sup>50</sup> <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2019/09/23/costo-moda-medio-ambiente>

- Να υποστηρίζουν τις φιλοδοξίες της Συμφωνίας του Παρισιού αναφορικά με τη μείωση της αυξανόμενης παγκόσμιας θερμοκρασίας σε 1,5 ° C επιλέγοντας να εφαρμόσουν πρότυπα SBTi 2 αναφορικά με τις παραγόμενες εκπομπές και προκειμένου να επιτύχουν μηδενικές εκπομπές μέχρι το 2050 ή επιλέγοντας να συμμορφωθούν με το πρωτόκολλο GREENHOUSE GAS PROTOCOL CORPORATE STANDARD, μειώνοντας τις εκπομπές τους τουλάχιστον κατά 50% μέχρι το 2030 και 100% μέχρι το 2050.
- Να παρακολουθούν, να μετρούν και να δημοσιεύουν με διαφάνεια ετήσιες αναφορές για τα εκλυόμενα αέρια θερμοκηπίου που παράγονται από τις δραστηριότητές τους.
- Μέσα σε ένα χρόνο από την έναρξη της συμμετοχής τους στο πρόγραμμα θα πρέπει να υποβάλουν σχέδιο που να δείχνει πως προβλέπεται να συμμορφωθούν με τους στόχους του προγράμματος καθώς και αναφορές με νέα στοιχεία κάθε 3 χρόνια.
- Να επιδιώκουν την βέλτιστη αποδοτικότητα της χρησιμοποιούμενης ενέργειας για τις εργασίες και τις εγκαταστάσεις τους και σε όλα τα στάδια της αλυσίδας αξίας.
- Να δεσμευθούν ότι η ηλεκτροδότηση των επιχειρήσεών τους θα γίνεται από 100% Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας, μέχρι το 2030.
- Να προμηθεύονται πρώτες ύλες που έχουν χαμηλό δείκτη περιβαλλοντικής επιβάρυνσης μέχρι το 2030, σε ποσοστό 100%, εξασφαλίζοντας ότι η παραγωγή αυτών των υλικών δεν επιβαρύνει αρνητικά άλλους βιώσιμους στόχους που έχουν τεθεί και προέρχονται από κυκλικά συστήματα διαχείρισης, είναι προϊόντα αναγεννητικής( regenerative) προσέγγισης και δεν έχουν αποψιλωθεί δάση για την παραγωγή τους, εξασφαλίζοντας τις ανάλογες εγγυήσεις.
- Απανθρακοποίηση κύριων και συμπληρωματικών εγκαταστάσεων( διαχωρίζοντας τις εταιρείες από τη βιομηχανία και θέτοντας διαφορετικά επίπεδα δεσμεύσεων) το συντομότερο δυνατόν και το αργότερο μέχρι το 2030, με υπόσχεση για τη μη χρήση ενέργειας που έχει παραχθεί από άνθρακα από τον Ιανουάριο του 2023 και μετά.
- Να δεσμευθούν ότι θα αναπτύξουν και θα επιβάλλουν σχέδιο εταιρικής κλιματικής πολιτικής για μηδενικές εκπομπές ρύπων, που να συμβαδίζει με τις συλλογικές προτάσεις που περιγράφονται στο πλάνο το ΟΗΕ και τις ημερομηνίες ορόσημα που έχουν τεθεί για την επίτευξη των στόχων(2030 και 2050).
- Να δημιουργούν μηχανισμούς κινήτρων με τους προμηθευτές τους προκειμένου να τους παρακινήσουν να δεσμευθούν και εκείνοι με παρόμοιες πολιτικές για την επίτευξη των στόχων της παρούσας συμφωνίας.
- Να συμμετέχουν σε ανοικτό διάλογο με τα τραπεζικά ιδρύματα προκειμένου να μοιραστούν λεπτομέρειες για τις χρηματοδοτικές ανάγκες για την πράσινη μετάβαση της βιομηχανίας.

- Να συνεργάζονται και να επιλέγουν μεταφορείς στις εφοδιαστικές τους αλυσίδες που έχουν επίσης δεσμευθεί για μηδενικές εκπομπές ή έχουν ακολουθούν πολιτικές διαφάνειας με σκοπό τη βελτιστοποίηση και τον επανασχεδιασμό των πολιτικών τους για μείωση των αερίων θερμοκηπίου.
- Να υποστηρίζουν τη συμμαχία μεταξύ καταναλωτών και βιομηχανίας προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της Συμφωνίας του Παρισιού για ένα δίκαιο μέλλον.
- Να υποστηρίζουν τη Γραμματεία Κλιματικής Κρίσης του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών στις προσπάθειες να πετύχει τους στόχους που τίθενται για τη μερίδα αυτή της βιομηχανίας και στη διαχείριση, στον εντοπισμό και την αναγνώριση της προόδου που επιτυγχάνεται κατά τη διάρκεια της διαδικασίας αυτής.<sup>51</sup>

### 3.4.2 UN ALLIANCE FOR SUSTAINABLE FASHION

Ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών έχει δημιουργήσει μια «συμμαχία» που ονομάζεται «UN ALLIANCE FOR SUSTAINABLE FASHION» για την συντονισμένη δράση σχετικά με την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της Μόδας και την προώθηση της βιωσιμότητας, αλλά και με ηθική προσέγγιση αναφορικά με τους εργαζόμενους στον κλάδο, στα πλαίσια της οποίας εντάσσεται και η ανωτέρω δράση. Επιπλέον φορείς μέλη της συμμαχίας αυτής είναι :

- [Connect4Climate- WORLD BANK GROUP](#)
- [International Labour Organization \(ILO\)](#)
- [ITC- Ethical Fashion Initiative](#)
- [UN Development Programme \(UNPD\)](#)
- [UNECE](#)
- [UN ENVIRONMENT](#)
- [UN GLOBAL COMPACT](#)
- [United Nations Framework Convention on Climate Change](#)
- [United Nations Office for Partnerships](#)

Εικόνα 19 : Διακριτικά φορέων UN ALLIANCE



Όλοι μαζί δρουν με σκοπό την ανάδειξη της Μόδας ως πρωτοπόρου στον αγώνα για αειφορία του πλανήτη, αναζητώντας τις βέλτιστες βιώσιμες και καινοτόμες πρακτικές, ενώ παράλληλα στηρίζουν νέους δημιουργούς από χώρες όπως Ταϊτή, Μπουρκίνα Φάσο, Μάλι, Αφγανιστάν, Ακτή Ελεφαντοστού, Τατζικιστάν, Ουζμπεκιστάν, Ουγκάντα και Κένυα να εδραιώσουν καλύτερες συνθήκες εργασίας, με ηθική ματιά. Το εγχείρημα αυτό έχει και πολιτιστική διάσταση αφού μεριμνούν για την διατήρηση παραδοσιακών τεχνικών που

<sup>51</sup> [https://unfccc.int/sites/default/files/resource/Fashion%20Industry%20Carter%20for%20Climate%20Action\\_2021.pdf](https://unfccc.int/sites/default/files/resource/Fashion%20Industry%20Carter%20for%20Climate%20Action_2021.pdf)



κινδυνεύουν να εξαφανιστούν. Νέοι άνθρωποι μαθαίνουν τεχνικές που κινδυνεύουν να χαθούν, προστατεύοντας τα πολιτιστικά στοιχεία λαών και φυλών από όλο τον κόσμο.<sup>52</sup>

Εικόνα 20: Τεχνική κοσμήματος με χάντρες( φυλή Μασάι) και ύφανσης μεταξιού με το χέρι(Αφγανιστάν)



Πηγή : <https://unfashionalliance.org/members/itc-efi/>

### 3.4.3 TEXTILE EXCHANGE

Η Textile Exchange είναι μια μη κερδοσκοπική οργάνωση που δραστηριοποιείται σε όλο τον κόσμο και σκοπός της είναι να δημιουργήσει μια κοινότητα ώστε συλλογικά να επιτευχθεί η βιωσιμότητα στη Μόδα και ειδικότερα στην παραγωγή υφασμάτων. Προσπαθούν να αναπτύξουν και να προωθήσουν ένα ολοκληρωμένο πακέτο βέλτιστων μέτρων που θα πρέπει να εφαρμοσθεί στη βιομηχανία κλωστοϋφαντουργίας, παράλληλα με τρόπους διαχείρισης και συλλογής δεδομένων ώστε να μπορούν κατασκευαστές και εταιρείες να μετρούν και να διαχειρίζονται τις καταναλώσεις τους και να εντοπίζουν τις τάσεις της αγοράς. Στόχος της πρωτοβουλίας αυτής είναι μέσα από την ανάλυση των σημαντικών δεδομένων που συλλέγει να βοηθήσει να επιτευχθεί για τον κλάδο μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα σε ποσοστό 45% μέχρι το 2030.

Οι πυλώνες δραστηριοποίησης είναι οι εξής πέντε:

1. Παροχή καθοδήγησης για την υιοθέτηση φιλικότερων ινών και υλικών στην ύφανση
2. Ενίσχυση της Ακεραιότητας στην αλυσίδα αξίας με την υιοθέτηση τυποποιημένων πρακτικών και πιστοποιημένων διαδικασιών
3. Επίτευξη ισχυρότερων αποτελεσμάτων μέσα από τη συλλογική δράση

---

<sup>52</sup> <https://unfashionalliance.org/>

4. Αφύπνιση για τις θετικές και σημαντικές αλλαγές που επιτυγχάνονται
5. Χρήση των Στόχων Βιωσιμότητας ως κοινό πλαίσιο αναφοράς

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι αυτή τη μη κερδοσκοπική οργάνωση στηρίζουν πάνω από 50 εταιρείες μέλη, τους οποίους και εκπροσώπησε στην τελευταία σύνοδο COP26, Γλασκόβη, 2021, με σκοπό την εισήγηση ενός μέτρου που πιστεύεται ότι θα έχει αποτελέσματα: τη διαμόρφωση εμπορικής πολιτικής (trade policy).<sup>53</sup>

#### 3.4.4. FASHION REVOLUTION

Πρόκειται για το μεγαλύτερο παγκόσμιο κίνημα(Μη Κυβερνητική Οργάνωση) που μάχεται για μια ασφαλή, δίκαιη, καθαρή και διαφανή βιομηχανία μόδας, ανταποκρινόμενο στην παραβίαση ανθρωπίνων δικαιωμάτων και τη μόλυνση που προκαλεί η βιομηχανία. Στελέχη του είναι σχεδιαστές, ακαδημαϊκοί, συγγραφείς, στελέχη επιχειρήσεων, πολιτικοί φορείς, fashion brands, εταιρείες λιανικού εμπορίου, έμποροι, παραγωγοί, κατασκευαστές, εργαζόμενοι και λάτρεις της μόδας. Η πρωτοβουλία αυτή εκφράζεται με το μότο 'Είμαστε η βιομηχανία και είμαστε το κοινό, δεν θέλουμε τα ρούχα μας να γίνονται αντικείμενο εκμετάλλευσης των ανθρώπων ή να καταστρέφουν τον πλανήτη μας'. Σκοπός είναι η ένωση ανθρώπων και οργανισμών μέσα από τις συνεργασίες σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας ώστε να αλλάξει ριζικά ο τρόπος με τον οποίο προμηθεύονται, παράγονται και καταναλώνονται τα ρούχα, έτσι ώστε αυτά να κατασκευάζονται με ασφαλή, καθαρό και δίκαιο τρόπο, ενώ υποστηρίζουν ότι η συνεργασία— από τον αγρότη στον καταναλωτή — είναι ο μόνος τρόπος για να μεταμορφωθεί η βιομηχανία.

Οι στρατηγικοί στόχοι είναι:

1. Ευαισθητοποίηση για το πραγματικό κόστος της μόδας και τον αντίκτυπό της σε κάθε στάδιο, από τη διαδικασία παραγωγής ως την κατανάλωση και τη διάθεση.
  2. Ενημέρωση του κόσμου ότι η αλλαγή είναι δυνατή και η μόδα μπορεί να λειτουργεί με σεβασμό προς τον άνθρωπο και τον πλανήτη.
  3. Η συγκέντρωση και συμπόρευση ανθρώπων από όλο το μήκος της εφοδιαστικής αλυσίδας, από αγρότες μέχρι εργάτες εργοστασίων, από brands μέχρι buyers, από καταναλωτές μέχρι ακτιβιστές, αμφισβητώντας τον τρόπο που γίνεται η μόδα και από ποιους και η επανασύνδεση των σπασμένων κρίκων μεταξύ εκείνων που παράγουν, εκείνων που πωλούν και εκείνων που αγοράζουν τη μόδα.
  4. Η εργασία προς μία μακροχρόνια και καθολική -σε όλο το εύρος της βιομηχανίας-αλλαγή της έτσι ώστε η μόδα να αποτελεί πηγή καλού και κάθε κρίκος της βιομηχανίας να ενεργεί με τρόπο ασφαλή, υγιή και δίκαιο.
5. Η διασφάλιση και εξασφάλιση κατάλληλων εργασιακών συνθηκών στις αναπτυσσόμενες χώρες που αποτελούν μεγάλους εξαγωγείς ρούχων, ότι καμία τραγωδία όπως το ατύχημα στο εργοστάσιο ρούχων

---

<sup>53</sup> <https://textileexchange.org/trade-policy-request-cop26/>

Ράνα Πλάζα, Μπαγκλαντές (κατάρρευση κτηρίου με αποτέλεσμα το θάνατο 1.134 ανθρώπων) δεν θα συμβεί ποτέ ξανά.<sup>54</sup>

Εικόνα 21: Το εργοστάσιο Ράνα Πλάζα μετά την κατάρρευση



Πηγή: [https://twitter.com/praxis\\_review/status/1517974544631443458](https://twitter.com/praxis_review/status/1517974544631443458)

Η Fashion Revolution προσπαθεί να αφυπνίσει τους καταναλωτές αλλά και τις εταιρείες μέσα από εκπαιδευτικές δράσεις με την προσέγγιση των σεμιναρίων, με βιωματικό τρόπο. Μάλιστα τη φετινή χρονιά διοργανώθηκε η αντίστοιχη δράση και στη χώρα μας, με τη συμμετοχή επώνυμων οίκων και επισκέψεις σε μεγάλους αρχαιολογικούς χώρους, με πολύ αισιόδοξα αποτελέσματα.

#### *3.4.5 Η στρατηγική της Ε.Ε. για βιώσιμα και κυκλικά κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα*

Στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας, του νέου σχεδίου δράσης για την κυκλική οικονομία και της βιομηχανικής στρατηγικής, η Ευρωπαϊκή Ένωση αποσκοπεί στη δημιουργία ενός πιο πράσινου, πιο ανταγωνιστικού και πιο σύγχρονου τομέα, περισσότερο ανθεκτικού στους παγκόσμιους κλυδωνισμούς.<sup>55</sup>

Η στρατηγική προτείνει δράσεις για ολόκληρο τον κύκλο ζωής των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, στηρίζοντας παράλληλα το οικοσύστημα κατά την πράσινη και την κυκλική μετάβαση. Αντιμετωπίζει τον τρόπο σχεδιασμού και κατανάλωσης των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, μεταξύ άλλων εξετάζοντας βιώσιμες τεχνολογικές λύσεις και καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα.

Στα μέτρα περιλαμβάνονται τα εξής:

- Νέες απαιτήσεις σχεδιασμού για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα βάσει του κανονισμού για τον οικολογικό σχεδιασμό για βιώσιμα προϊόντα, που θέτουν υποχρεωτικά ελάχιστα όρια για τη συμπερίληψη ανακυκλωμένων ινών στα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, ώστε να αυξηθεί η διάρκεια ζωής τους και να

<sup>54</sup> <https://www.fashionrevolution.org/europe/greece/>

<sup>55</sup> [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/qanda\\_22\\_2015](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/qanda_22_2015)

διευκολύνεται η επισκευή και η ανακύκλωσή τους. Σύμφωνα με τον προτεινόμενο κανονισμό, τα βιώσιμα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα θα καταστούν κανόνας στην ΕΕ. Η πρόταση θα απαγορεύσει επίσης την καταστροφή των μη πωληθέντων προϊόντων υπό ορισμένες προϋποθέσεις, συμπεριλαμβανομένων των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων που δεν πωλήθηκαν ή που επιστράφηκαν.

- Σαφέστερες πληροφορίες στα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα **και** ψηφιακό διαβατήριο προϊόντος με βάση υποχρεωτικές απαιτήσεις πληροφόρησης σχετικά με την κυκλικότητα και άλλες βασικές περιβαλλοντικές πτυχές.
- Αυστηροί έλεγχοι για την προβολή ψευδοοικολογικής ταυτότητας, με αυστηρότερους κανόνες για την προστασία των καταναλωτών και άμεσες συνδέσεις με την επικείμενη πρωτοβουλία για τους οικολογικούς ισχυρισμούς.
- Δράση για την αντιμετώπιση της ακούσιας ελευθέρωσης μικροπλαστικών από κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα. Εκτός από τον σχεδιασμό των προϊόντων, τα μέτρα θα αφορούν τις διαδικασίες παραγωγής, την πρόπλυση σε βιομηχανικές μονάδες παραγωγής, την επισήμανση και την προώθηση καινοτόμων υλικών.
- Εναρμονισμένοι κανόνες της ΕΕ σχετικά με τη διευρυμένη ευθύνη του παραγωγού για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και οικονομικά κίνητρα για να καταστούν τα προϊόντα πιο βιώσιμα («οικολογική διαφοροποίηση των τελών»), στο πλαίσιο της αναθεώρησης της οδηγίας-πλασιού για τα απόβλητα το 2023.
- Στήριξη της έρευνας, της καινοτομίας και των επενδύσεων και της ανάπτυξης των δεξιοτήτων που απαιτούνται για την πράσινη και την ψηφιακή μετάβαση.
- Αντιμετώπιση των προκλήσεων που σχετίζονται με την ανάλυση των εξαγωγών αποβλήτων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων.
- Συνδημιουργία μιας πορείας μετάβασης για το οικοσύστημα κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, ώστε να καθοριστεί η μελλοντική πορεία και να σχεδιαστούν συγκεκριμένα βήματα για τον τρόπο επίτευξης των στόχων για το 2030 που έχουν τεθεί από τη στρατηγική για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα.

Πολλές από τις πιέσεις που δημιουργεί η κατανάλωση κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων μπορούν να αποδοθούν στη «γρήγορη μόδα» — ενδύματα χαμηλού κόστους, χαμηλής ποιότητας, που παράγονται με μεγάλη ταχύτητα, συχνά υπό κακές συνθήκες εργασίας, σε χώρες εκτός της ΕΕ. Η στρατηγική αντιμετωπίζει τις προκλήσεις που δημιουργεί η «γρήγορη μόδα» από την πλευρά τόσο της ζήτησης, όσο και της προσφοράς. Για τους παραγωγούς, οι υποχρεωτικές απαιτήσεις σχεδιασμού για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και η μεγαλύτερη εξάρτηση από προγράμματα διευρυμένης ευθύνης του παραγωγού θα συμβάλουν στην παράταση της διάρκειας ζωής των ενδυμάτων.

Η στρατηγική ενθαρρύνει τα κράτη μέλη να στηρίξουν τον τομέα της επαναχρησιμοποίησης και επισκευής σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο και να θεσπίσουν φορολογικές μειώσεις και άλλα ευνοϊκά φορολογικά μέτρα για τον τομέα της επαναχρησιμοποίησης και επισκευής.

Από την πλευρά των καταναλωτών, η στρατηγική θα ενθαρρύνει τη στροφή προς την ποιότητα, την αντοχή, τη μεγαλύτερη διάρκεια χρήσης, την επισκευή και την επαναχρησιμοποίηση. Μέσω της ευρωπαϊκής πλατφόρμας ενδιαφερόμενων μερών για την κυκλική οικονομία<sup>58</sup>, θα κινητοποιήσει σχεδιαστές, παραγωγούς, εμπόρους λιανικής πώλησης, διαφημιστές και πολίτες για τον επαναπροσδιορισμό της μόδας στην ΕΕ.

---

<sup>58</sup> <https://circulareconomy.europa.eu/platform/>

## Κεφάλαιο 4 – Τρόποι εφαρμογής και καλές πρακτικές

### 4.1 Καινοτόμες ιδέες και πρακτικές

Στη συνέχεια παρουσιάζονται ενδεικτικά νεοφυείς εταιρείες και σχεδιαστές από όλο τον κόσμο που καινοτομούν με βιώσιμες ιδέες και συμβάλλουν στην πολυπόθητη αλλαγή. Η τεχνολογία υποστηρίζει σημαντικά τον κλάδο και ενισχύει τους δημιουργούς στο απαιτητικό τους όραμα.

[YeohLee](#) : Πρόκειται για σχεδιάστρια γνωστή ως πρωτοπόρο στη zero waste φιλοσοφία που χρησιμοποιεί γεωμετρικά μοτίβα στα ρούχα προκειμένου να εκμεταλλεύεται κάθε εκατοστό του υφάσματος. Χρησιμοποιεί τεχνικές διπλώματος (draping) για μεγαλύτερη εξοικονόμηση. Τυχόν κομμάτια που περισσεύουν χρησιμοποιούνται σε άλλες δημιουργίες προκειμένου να μην πάνε χαμένα.

[The Fabricant](#) : Ένα ψηφιακό πρόγραμμα για οίκους Μόδας που αντικαθιστά διάφορα παραγωγικά στάδια με τρισδιάστατες απεικονίσεις των δειγμάτων ρουχισμού με σκοπό την εξοικονόμηση πόρων που καταναλώνονται για τη συνεχή δημιουργία και τροποποίηση οδηγών ρούχων (πατρόν). Υπολογίζεται ότι μπορεί να μειώσει το ανθρακικό αποτύπωμα μιας επιχείρησης έως 30%.

[Petit Pli](#) : μια εταιρεία με βάση στο Λονδίνο, που σχεδιάζει παιδικά ρούχα με τρόπο που θα μπορέσουν να ανακυκλωθούν ευκολότερα ή να γίνει επανάχρηση κάποιων κομματιών τους. Δεδομένου ότι τα ρούχα αυτά έχουν περιορισμένη χρήση λόγω της συνεχούς ανάπτυξης των παιδιών, κατασκευάζονται με τρόπο που ξεδιπλώνονται κρυμμένα κομμάτια ώστε να είναι χρηστικά για περισσότερο.

[Iris Ven Herpen](#): Η σχεδιάστρια αυτή εκμεταλλεύεται τις τεχνολογίες τρισδιάστατης εκτύπωσης ( 3D Printing) για την δημιουργία ειδών ένδυσης κατά παραγγελία, ώστε να μπορεί να ανακυκλώσει τα αρχικά της δείγματα. Έχει επιλέξει εκτύπωση με υλικά που είναι ανακυκλώσιμα για μια πιο βιώσιμη προσέγγιση, αξιοποιώντας πλαστικό και μέταλλο που προέρχονται από υπολείμματα ναυπηγείων.

[DyeCoo](#): Μια γερμανική εταιρεία που έχει αναπτύξει μια τεχνική βαφής των ρούχων, που καταναλώνει διοξείδιο του άνθρακα αντί για νερό και χημικά. Μέσω συμπίεσης το διοξείδιο του άνθρακα επιτρέπει στα χρώματα να βάψουν το ύφασμα χωρίς τη χρήση νερού με αποτέλεσμα την εξοικονόμηση. Η τεχνική αυτή ανακυκλώνει το ίδιο αέριο σε ποσοστό 95%.

[Heuritech](#): μια γαλλική νεοφυής εταιρεία που χρησιμοποιεί την τεχνητή νοημοσύνη με σκοπό να αναλύσει εικόνες δημοφιλών ρούχων από τα κοινωνικά δίκτυα και να προβλέψει τις επόμενες τάσεις, ώστε εταιρείες με μεγάλο όγκο παραγωγής να σχεδιάσουν ανάλογα την απόδοσή τους περιορίζοντας τις πιθανότητες να χρειαστεί πετάξουν ρούχα που δεν πουλήθηκαν.

[Mobile body scanning](#): τεχνολογία σάρωσης σώματος με ψηφιακή απεικόνιση ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να βλέπει πως θα είναι τα ρούχα επάνω του προτού τα αγοράσει με κίνδυνο να τα αφήσει σε μια ντουλάπα για πάντα ή να χρειαστεί να τα επιστρέψει.

**Printful** : ένα λογισμικό που θα βοηθήσει τις εταιρείες να περιορίσουν τις αποθήκες και τα στοιβαγμένα ενδύματα που περιμένουν να δημιουργηθεί ζήτηση, αφού βοηθά στο συντονισμό παραγωγής του ρούχου με έναυσμα την παραγγελία από τον καταναλωτή.

**For Days**: ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης που επιβραβεύει τον καταναλωτή κάθε φορά που το επιλέγει και οι πόντοι αυτοί εξαργυρώνονται με την αγορά προϊόντων από το κατάστημα. Όλα τα είδη που πωλούνται εκεί είναι φτιαγμένα από οργανικό βαμβάκι και ανακυκλωμένα υλικά. Το σύστημα επιβράβευσης ενεργοποιείται και με την επιστροφή ρούχων για επανάχρηση , αφού επιτυγχάνεται αποφόρτιση των χρωματερών από επιπλέον απορρίμματα.

## 4.2 Παραδείγματα εταιρειών με βιώσιμη προσέγγιση

Στην εποχή μας που η πρόσβαση στα δεδομένα είναι τόσο εύκολη πολλοί είναι εκείνοι που έχουν αποφασίσει να αλλάξουν την κατάσταση ώστε να αντιστραφούν ή να μετριαστούν οι επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης αλλά και άλλα ηθικά ζητήματα της βιομηχανίας. Εταιρείες κολοσσοί της Μόδας αλλάζουν την προσέγγισή τους και συμμετέχουν στις διεθνείς πρωτοβουλίες προσπαθώντας να πετύχουν την πολυπόθητη βιωσιμότητα και μια κυκλική προσέγγιση. Είτε πρόκειται για οίκους Μόδας που διαθέτουν προϊόντα πολυτελείας είτε για αλυσίδες Γρήγορης Μόδας, τα περιθώρια για βελτίωση είναι πολλά και κάποιιοι προσπαθούν να τα γεμίσουν. Μένει να δούμε αν η προσέγγιση είναι όντως οικολογική ή απλά ένας τρόπος προσέγγισης μιας ολόενα και αυξανόμενης μερίδας του καταναλωτικού κοινού.

### 4.2.1 Πολυτελής Μόδα

#### STELLA MCCARTNEY

Η επωνυμία Stella McCartney δημιουργήθηκε το 2001 και οι αρχές για την προστασία του περιβάλλοντος διέπουν τη φιλοσοφία της από την αρχή. Στα χρόνια που μεσολάβησαν μέχρι σήμερα η εταιρεία δεν έχει χρησιμοποιήσει ποτέ δέρμα, πούπουλά ή γούνα ενώ από το 2008 κι έπειτα χρησιμοποιεί οργανικό βαμβάκι. Το 2010 σταμάτησε τη χρήση πλαστικού PVC ενώ από το 2012 είναι μέλος της ITC-Ethical Fashion Initiative(UN). Αυτό συνεπάγεται ότι έκτοτε χρησιμοποιεί ανακυκλωμένο πολυεστέρα και ξύλο πιστοποιημένο ως προς τη βιωσιμότητά του ενώ έχει απαγορευθεί η χρήση πλαστικών μπουκαλιών στην εταιρεία. Κατά το έτος 2013 σταμάτησε η χρήση ανκορά και εισήγαγε στην παραγωγή το οικολογικό ύφασμα Alter Nappa, ξεκίνησε η χρήση φωτοβολταϊκών και λαμπτήρων LED για τις ανάγκες ηλεκτροδότησης και φωτισμού των καταστημάτων.

Το 2014 εισήγαγε το πιστοποιημένο χαρτί και χαρτόνι για όλες τις εργασίες ενώ το 2016 πέτυχε την 100% χρήση βιώσιμου υφάσματος βισκόζ. Το 2017 συνέχισε με την παρουσίαση καινοτόμων υφασμάτων, τύπου μεταξιού και νάιλον , τα BOLT THREADS' MICROSILK και ECONYL, ενώ το 2018 δεσμεύθηκε για μηδενική χρήση πλαστικών, επανακυκλοφόρησε το πρώτο παπούτσι μιας εμβληματικής αθλητικής σειράς φτιαγμένο με υλικά που προσομοιώνουν δέρμα αλλά παράγονται από φυτά(vegan Stan Smith).Την ίδια χρονιά ανακοίνωσε τη δημιουργία ενός ακόμη βιώσιμου υφάσματος, με κύριο συστατικό το μανιτάρι. Η παρουσίαση του 2019 περιλάμβανε ένα ύφασμα από ανακυκλωμένο νήμα και ένα υποκατάστατο γούνας από ανακυκλωμένο πολυεστέρα και πλαστικά με βάση φυτά. Οι καινοτομίες συνεχίστηκαν το 2020 με την ανάπτυξη ανακυκλούμενων φακών για γυαλιά ηλίου και βιοδιασπώμενου ελαστικού τζιν καθώς και μιας σειράς εσωρούχων και μαγιό από τα ανακυκλωμένα υφάσματα της εταιρείας. Φυσικά υπήρξαν νέα προϊόντα και το 2021 με

εντυπωσιακότερο όλων τα παπούτσια φτιαγμένα από ανακυκλωμένα βιομηχανικά απορρίμματα.

Η κυρία McCartney συμμετέχει στις πρωτοβουλίες για μια βιώσιμη Μόδα με έμπρακτο τρόπο ενώ έχει απευθύνει έκκληση στη βιομηχανία να συμμετέχουν όλοι στις προσπάθειες που γίνονται για την προστασία του περιβάλλοντος.<sup>56</sup> Στην εταιρεία της εφαρμόζεται η κυκλική διαχείριση και η καταγραφή σε όλα τα στάδια της διαδικασίας προκειμένου να εντοπίζονται τα σημεία που χρήζουν βελτίωσης για ένα καλύτερο αύριο και δημοσιεύουν μια 2ετή αναφορά για τις επιπτώσεις των εργασιών τους στο περιβάλλον( eco-impact report).

## GUCCI

Ο γνωστός οίκος Μόδας που ξεκίνησε στην Τοσκάνη της Ιταλίας το 1921, τα τελευταία χρόνια δηλώνει πως έχει επικεντρωθεί στο να αποκτήσει ένα αναγεννητικό, κυκλικό προφίλ. Μεγάλη σημασία δίνεται στη μείωση του οικολογικού αποτυπώματος σε όλα τα στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας και στην προμήθεια ηθικών και βιώσιμων πρώτων υλών. Στο όραμα του οίκου υπάρχει έντονη αναφορά στην κυκλική οικονομία της Μόδας, μέσα από την εκμετάλλευση και ενσωμάτωση παλαιών υλικών σε έναν κύκλο χρήσης χωρίς τέλος, όπου θα χρησιμοποιούνται καινούρια υλικά μόνο ως λύσεις έκτακτης ανάγκης.

Πρακτική εφαρμογή αυτής της φιλοσοφίας υλοποιείται ήδη με την συγκέντρωση πρώτων υλών και υλικών που περισσεύουν από προηγούμενες συλλογές αλλά και σε ότι αφορά τα υλικά συσκευασίας με σκοπό την αποφυγή χρήσης μη ανακυκλωμένου πλαστικού σε οποιοδήποτε στάδιο. Με την επεξεργασία ενδυμάτων που είχε ήδη παράγει η εταιρεία στο παρελθόν δημιουργήθηκε το πρώτο επεξεργασμένο νάιλον νήμα με την ονομασία ECONYL® το 2016. Σήμερα για την ύφανσή του χρησιμοποιούνται ίνες από δίχτυα ψαράδων και χαλιά, σε μια προσπάθεια να προστατευθούν οι ωκεανοί και η θαλάσσια ζωή από την περιβαλλοντική μόλυνση.

Στην Gucci ανακυκλώνεται επίσης δέρμα και αποκόμματα υφασμάτων που περισσεύουν κατά τη διάρκεια κοπής πατρών για τη ραφή ενδυμάτων και άλλων προϊόντων , αξιοποιώντας περίπου 27 τόνους υλικών που θα πήγαιναν για πέταμα.

Σημαντική πρωτοβουλία αποτελεί η ενίσχυση ΜΚΟ και γυναικείων δράσεων με σκοπό την αξιοποίηση τέτοιων υπολειμμάτων μέσα από την εκπαίδευση προκειμένου να ενισχυθούν οι τοπικές κοινότητες με νέες μορφές απασχόλησης. Αθροιστικά με άλλες πρωτοβουλίες του οίκου για ανακύκλωση αποκομμάτων , κατά την 5ετία 2015-2020 επαναχρησιμοποιήθηκαν 290 τόνοι υλικών, ενώ πολλές φορές τα υλικά αυτά διοχετεύονται σε αναπτυσσόμενες χώρες όπως η Ινδία, προκειμένου να εκπαιδευτούν νέοι άνθρωποι σε τεχνικές όπως το κέντημα και να βρουν έτσι εργασία στους κόλπους της εταιρείας.<sup>57</sup>

Για το έτος 2020 τα μικτά έσοδα της φίρμας ανήλθαν σε 9.7 δισεκατομμύρια ευρώ.<sup>58</sup>

<sup>56</sup> <https://www.stellamccartney.com/gr/en/sustainability/sustainability-timeline.html>

<sup>57</sup> <https://equilibrium.gucci.com/gucci-for-circular-economy/>

<sup>58</sup> <https://www.cnbc.com/2022/02/17/kerings-pinault-confident-on-guccis-growth-as-group-revenues-up-35percent.html>



#### 4.2.2 Γρήγορη Μόδα

##### ZARA-INDITEX

Η εταιρεία ZARA δραστηριοποιείται σε όλο τον κόσμο και ανήκει στον όμιλο εταιρειών INDITEX που δημιουργήθηκε το 1963 και σήμερα είναι ένας από τους μεγαλύτερους λιανικούς διανομείς ρούχων. Η επωνυμία ZARA ιδρύθηκε το 1975 και σήμερα έχει παρουσία σε 202 αγορές ενώ διαθέτει φυσικά καταστήματα σε 96 χώρες. Με ανδρική, γυναικεία αλλά και παιδική συλλογή η εταιρεία θέλει να δημιουργεί όμορφα ρούχα για τους πελάτες της, ακολουθώντας τις τάσεις αλλά και με οδηγό τη βιωσιμότητα. Τα τελευταία χρόνια κυκλοφορεί η συλλογή JOIN LIFE και έχουν δημιουργηθεί καταστήματα με οικολογικά πρότυπα με σκοπό να υπογραμμιστεί η προσήλωση της εταιρείας στην βιώσιμη πορεία και την συνεχή βελτίωση της εμπειρίας του καταναλωτή. Επιπλέον στα καταστήματα έχουν εγκατασταθεί κάδοι ανακύκλωσης ενώ υπάρχει και η δυνατότητα δωρεάν παραλαβής ρούχων προς ανακύκλωση από το σπίτι κάποιου σε συνδυασμό με την παράδοση μιας ηλεκτρονικής παραγγελίας.

Με τις συλλογές JOIN LIFE που περιλαμβάνουν ποσοστά ανακυκλωμένων υλικών η εταιρεία προσπαθεί να πετύχει τους στόχους της για 100% πιο βιώσιμο βαμβάκι και κυτταρικές ίνες έως το 2023, ενώ έχει δεσμευθεί να μη χρησιμοποιεί υφάσματα ανκορά και μοχέρ αλλά και γούνα.

Ο όμιλος έχει παγκόσμια στρατηγική διαχείρισης νερού που έχει συντελέσει σε εξοικονόμηση χρήσης νερού στα καταστήματα έως 40% ενώ δεσμεύονται για 25% μείωση της επιβάρυνσης στο νερό από τους προμηθευτές τους έως το 2025.

Η εταιρεία έχει δεσμευθεί να πετύχει μηδενικές εκπομπές ρύπων μέχρι το 2040 ενώ για το 2022 κατάφεραν να τροφοδοτούνται με αποκλειστική ενέργεια από Α.Π.Ε., διατηρώντας τις ουδέτερες εκπομπές από το ηλεκτρονικό τους κατάστημα σε ποσοστό 100%.<sup>59</sup>

Παρατηρούμε βέβαια ότι οι περισσότερες δεσμεύσεις αφορούν την εταιρεία μελλοντικά ενώ δεν υπάρχουν πλάνα για χρήση υφασμάτων που θα είναι παράγωγα διαδικασιών φιλικότερων προς το περιβάλλον ή ανακύκλωσης. Μήπως αυτό δεν αρκεί για μια εταιρεία που εισπράττει εκατομμύρια και ντύνει ανθρώπους σε όλο τον κόσμο;

##### SHEIN

Η διαδικτυακή πλατφόρμα που ανακηρύχθηκε η ταχύτερα αναπτυσσόμενη επιχείρηση ecommerce την περασμένη χρονιά έχει καταφέρει να διχάσει ως προς τις πολιτικές της καθώς ενώ διαθέτει βιώσιμη κουλτούρα η μαζικότητα των πωλήσεων δημιουργεί δεύτερες σκέψεις για την περιβαλλοντική επιβάρυνση. Με έτος ίδρυσης το 2008 και κύκλο εργασιών 63.5 δισεκατομμύρια CNY ( περίπου περίπου 9.5 δις ευρώ) η πλατφόρμα Shein διαθέτει γυναικεία, ανδρική και παιδική ένδυση καθώς και αξεσουάρ και είδη σπιτιού. Με τα κεντρικά της γραφεία να βρίσκονται στην Κίνα η εταιρεία έχει εξαπλωθεί σε όλο τον κόσμο εγείροντας ερωτήματα για τις βιώσιμες πολιτικές που ακολουθεί. Πρόκειται για εταιρεία

---

<sup>59</sup> <https://www.zara.com/es/en/join-life-materiales-mkt4898.html?v1=2056947>

γρήγορης μόδας, με πολύ οικονομικό ρουχισμό που όμως διατείνεται ότι παράγει σε πολύ μικρές παρτίδες (20-100 τεμάχια) ώστε να αποφεύγεται η σπατάλη πόρων από πλεονάζουσα παραγωγή. Για τον υπολογισμό των ενδεδειγμένων ποσοτήτων χρησιμοποιούνται τεχνολογίες Τεχνητής Νοημοσύνης και Machine Learning εφαρμόζοντας μεγαλύτερες κλίμακες παραγωγής ανάλογα με την ζήτηση. Μέσω τεχνολογικών αυτοματισμών υπάρχει βελτιστοποίηση της εξοικονόμησης ενέργειας στις εγκαταστάσεις της εταιρείας και τους αποθηκευτικούς χώρους, ενώ αναφέρεται ότι χρησιμοποιείται ενέργεια που προέρχεται και από Α.Π.Ε. Για τη διανομή των προϊόντων χρησιμοποιούνται ηλεκτρικά οχήματα προκειμένου να μειωθούν οι εκπεμπόμενοι ρύποι. Σε ότι αφορά τις πρώτες ύλες δεν χρησιμοποιούν ζωικά παράγωγα όπως φυσική γούνα και δέρμα ενώ αντιτάσσονται και στα πειράματα σε ζώα. Η εταιρεία έχει εφαρμόσει πρόγραμμα ανταποδοτικής ανακύκλωσης ρούχων σε καταστήματά της όπου επιβραβεύει τους πελάτες με δωροκάρτες για επόμενες αγορές.<sup>60</sup>

Παρόλο που η προσέγγιση φαίνεται ολοκληρωμένη και σε σωστή κατεύθυνση είναι πολλές οι ανησυχίες για το αν τηρούνται οι προϋποθέσεις αυτές αλλά και φωτογραφίες που διαρρέουν για τις απαράδεκτες συνθήκες εργασίας που επικρατούν στα εργοστάσια της SHEIN.

#### 4.3 Βιωσιμότητα και κυκλικότητα στην ντουλάπα

Οι καταναλωτές μπορούν να παίξουν πολλούς ρόλους στη βιώσιμη προσέγγιση των ρούχων. Σε ότι αφορά την κυκλικότητα και προκειμένου να μεγιστοποιηθεί ο κύκλος ζωής ενός ενδύματος είναι σημαντικό να ακολουθούμε τις οδηγίες πλύσης και στεγνώματος που δίνει ο κατασκευαστής στις ετικέτες.

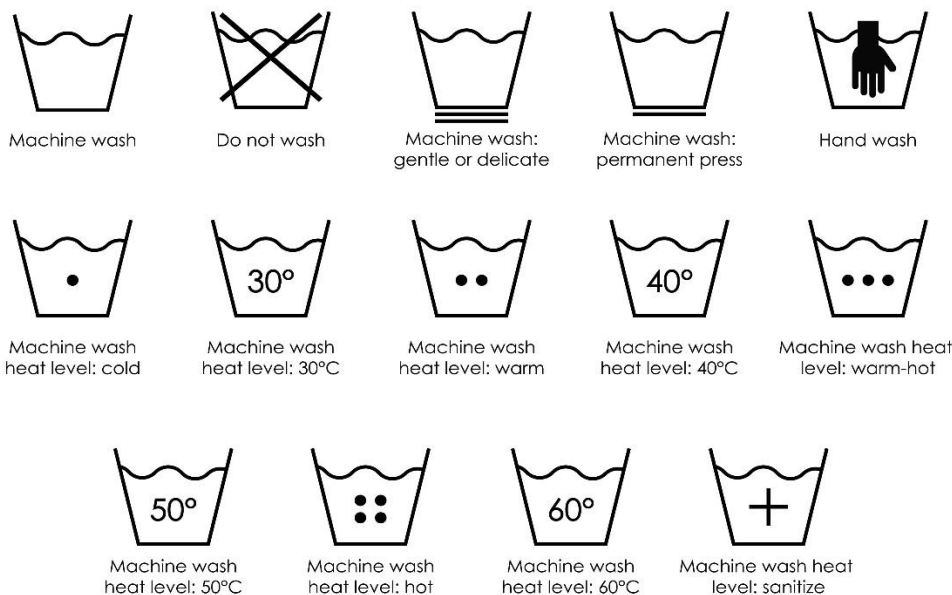
##### 4.3.1 Οδηγίες Πλύσης

Δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στο πλύσιμο των ρούχων, όχι μόνο παρατείνεται η ζωή τους αλλά συμβάλλουμε στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων όπως η απελευθέρωση μικροπλαστικών στο περιβάλλον και στην εξοικονόμηση των φυσικών πόρων. Οι οδηγίες πλύσης στην ετικέτα παρέχουν συμβουλές για το πώς θα φροντιστεί καλύτερα το ρούχο και άλλες χρήσιμες πληροφορίες προκειμένου να διατηρηθεί η ποιότητα για μεγαλύτερο διάστημα.

---

<sup>60</sup> [https://eur.shein.com/campaign/ourproducts?src\\_identifier=ai%3D52078%60an%3Dcsr%60on%3D0%60cn%3DBanner9%60hz%3D0%60ps%3D4%60jc%3Dactivity\\_ourproducts&src\\_module=campaign&src\\_tab\\_page\\_id=page\\_activity\\_factory1657929057487&ici=campaign%3Dcsr%2F52078\\_CT%3D1\\_CN%3DBanner9\\_CI%3D6429317\\_HI%3D0\\_HN%3D0&scici=campaign\\_csr\\_52078~~ON\\_1%2CCN\\_Banner9%2CHZ\\_0%2CHI\\_0~~1~~campaign\\_ourproducts~~](https://eur.shein.com/campaign/ourproducts?src_identifier=ai%3D52078%60an%3Dcsr%60on%3D0%60cn%3DBanner9%60hz%3D0%60ps%3D4%60jc%3Dactivity_ourproducts&src_module=campaign&src_tab_page_id=page_activity_factory1657929057487&ici=campaign%3Dcsr%2F52078_CT%3D1_CN%3DBanner9_CI%3D6429317_HI%3D0_HN%3D0&scici=campaign_csr_52078~~ON_1%2CCN_Banner9%2CHZ_0%2CHI_0~~1~~campaign_ourproducts~~)

# WASHING



Πηγή: [Essential Laundry Symbols You Have To Know – selfisland.com](https://www.selfisland.com)

- **Μαλλί:** Συχνά, αρκεί το αέρισμα για τα μάλλινα ενδύματα. Ενδείκνυται η χρήση απορρυπαντικού για ευαίσθητα ρούχα, σε κατάλληλο πρόγραμμα πλύσης στο πλυντήριο ή πλύσιμο στο χέρι. Με το σιδέρωμα τα μάλλινα υφάσματα διατηρούν τη λάμψη. Τα περισσότερα οικιακά σίδερα έχουν ειδική ρύθμιση για μάλλινα υφάσματα.
- **Denim:** Συνιστάται πλύσιμο ανάποδα για ελάττωση της πιθανότητας αλλοίωσης του χρώματος και άμεσο άπλωμα με την ολοκλήρωση του κύκλου πλύσης για να αποφεύγονται οι τσακίσεις. Λόγω της ειδικής μεθόδου βαφής που αποδίδει την χαρακτηριστική εμφάνιση των τζιν μπορεί να παρατηρηθούν τριμμένα σημεία με την πάροδο του χρόνου.
- **Δέρμα και σουέτ:** Ενδύματα από δέρμα και σουέτ πρέπει να στέλνονται για καθάρισμα σε ειδικό καθαριστήριο καθώς και να προστατεύονται με ειδικά βερνίκια. Το ίδιο ισχύει και για τα δερμάτινα παπούτσια και τσάντες ώστε να μεγιστοποιείται η προστασία τους απέναντι στη βρωμιά.
- **Πουπουλένια μπουφάν:** Τα πούπουλα πρέπει να στεγνώσουν τελείως οπότε συνιστάται η χρήση στεγνωτηρίου. Τα μπαλάκια του τένις μέσα στον κάδο κατά το στέγνωμα βοηθούν στο να επανέλθουν τα πούπουλα στην αρχική τους κατάσταση! ☑ **Αδιάβροχα:** Τα αδιάβροχα πρέπει να στεγνώνουν φυσικά.
- **Φερμουάρ:** Κάλυψη με βέλκρο κατά το πλύσιμο για να αποφεύγονται φθορές στον κάδο από τα χτυπήματα.
- **Καλσόν και ευαίσθητα ενδύματα:** Πλένονται σε ειδική τσάντα με βάσει τις οδηγίες που φέρουν στην ετικέτα.
- **Χοντρά πλεκτά:** Τα χοντρά πλεκτά για να ανακτήσουν το αρχικό τους σχήμα πρέπει να στεγνώσουν έχοντας απλωθεί οριζόντια, γι' αυτό και τα ενδύματα αυτά φέρουν συχνά την ετικέτα "Dry flat" (Οριζόντιο άπλωμα στο στέγνωμα).

- **Λινό:** Το λινό αποτελεί φυσικό υλικό και μπορεί εύκολα να χάσει το σχήμα του όταν βραχεί. Για να επανέλθει στο αρχικό του σχήμα, πρέπει να σιδερωθεί με ένα σίδερο ατμού. Για διατήρηση της λάμψης του, πρέπει να σιδερώνεται ανάποδα.
- **Βισκόζη:** Η βισκόζη είναι τεχνητή ίνα από κυτταρίνη και μπορεί εύκολα να χάσει το σχήμα της όταν βραχεί. Επανέρχεται στο αρχικό σχήμα με σιδέρωμα με ατμό.
- **Μετάξι:** Το μετάξι είναι ένα πολύ ευαίσθητο υλικό και χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή. Πλένεται με απορρυπαντικό για ευαίσθητα ρούχα και πρέπει να αποφεύγεται το τέντωμα.

#### 4.3.2 Ανακύκλωση ρούχων

Στα αστικά στερεά απόβλητα περιέχονται ποσότητες αποβλήτων ρουχισμού (ρούχα, λευκά είδη, τσάντες, παπούτσια κλπ) οι οποίες προσεγγίζουν περίπου το 3% κατά βάρος.<sup>61</sup>

Η ανακύκλωση ρούχων δεν είναι μια εύκολη διαδικασία και δεν είναι κάτι που μπορεί να υποστηρίξει κάθε χώρα. Είναι δύσκολο να βιοδιασπαστούν τα ρούχα λόγω των διαφορετικών υφασμάτων. Επίσης, η διαλογή των ρούχων ανά ύφασμα, κατηγορία και ποιότητα είναι μια χειρωνακτική εργασία, που τις περισσότερες φορές ανατίθεται σε εργοστάσια με χαμηλόμισθους υπαλλήλους. Τέλος, όταν κάποιο ρούχο θεωρείται δύσκολο να ανακυκλωθεί καταλήγει στα σκουπίδια.

Παρόλο που η ανακύκλωση ακούγεται ως μια συνετή και προοδευτική λύση, υπάρχουν άλλα στάδια επανάχρησης πριν την τελική απόρριψη στον ειδικό κάδο.

1. Δωρεά σε ανθρώπους που τα έχουν ανάγκη ή φορείς που τα πωλούν για φιλανθρωπικό σκοπό.

Οι άνθρωποι που έχουν ανάγκη από ρούχα δεν είναι μόνο όσοι βρίσκονται σε δεινή οικονομική θέση. Είναι και άνθρωποι που δε θέλουν να συμβάλλουν στον υπερκαταναλωτισμό και προτιμούν να προμηθεύονται ρούχα από ανθρώπους που δεν τα χρειάζονται πλέον. Υπάρχουν μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που βοηθούν γυναίκες σε ενδιαφέρουσα κατάσταση για παράδειγμα, προκειμένου να μειώσουν την ανάγκη για απόκτηση νέου ρουχισμού που έχει πεπερασμένο χρόνο χρήσης. Αντίστοιχες δράσεις υπάρχουν για τα ρούχα γραφείου κ.ο.κ. Ενδεχομένως μέλη της οικογένειας ή του φιλικού κύκλου να επιθυμούν να κρατήσουν κάποιο ρούχο μας που εμείς πια δεν βρίσκουμε ενδιαφέρον ή έχει ένα ελάττωμα.

Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια έχουν συσταθεί καταστήματα και μη κερδοσκοπικές πρωτοβουλίες που συλλέγουν ρούχα χωρίς ελαττώματα μέσω δωρεών και με τα έσοδα των πωλήσεων στηρίζουν σκοπούς για το κοινό καλό. Την επόμενη φορά που θα έχετε κάποια είδη ρουχισμού προς απόρριψη, αξίζει να σκεφτείτε αν θα μπορούσατε να τα δωρίσετε κάπου, είτε σε ιδιώτες είτε σε φορείς με κοινωνικό σκοπό.

<sup>61</sup>

<https://www.dedisa.gr/%CE%BA%CF%8C%CE%BA%CE%BA%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CE%B9https://www.dedisa.gr/κόκκινοι-κάδοι/%CE%BA%CE%AC%CE%B4%CE%BF%CE%B9/>

## 2. Επαναχρησιμοποίηση

Σήμερα που η πρόσβαση στην γνώση είναι πολύ πιο εύκολη με τα ψηφιακά μέσα και το διαδίκτυο, μπορούμε να μάθουμε πώς να επιδιορθώνουμε τα ρούχα μας ακόμη και χωρίς τη βοήθεια της μαμάς! Επιπλέον είναι άπειρες οι ιδέες που θα βρούμε για εναλλακτικές χρήσης ειδών ρουχισμού βοηθώντας στην καλύτερη διαχείριση του όγκου απορριπτόμενων ρούχων. Με λίγη φαντασία ένα τραπεζομάντηλο μπορεί να γίνει καλοκαιρινό φόρεμα ή ακόμα και μια μπλούζα έχει φθαρεί να γίνει τσάντα για τα ψώνια. Οι ιδέες είναι άπειρες!

## 3. Ανακύκλωση ρούχων ως τελευταία λύση

Αν φτάσει το σημείο της ανακύκλωσης, πρέπει να γίνεται σωστά. Είτε προσκόμιση σε κάδους καταστημάτων ένδυσης, κυρίως fast fashion με αντάλλαγμα κάποιο εκπτωτικό κουπόνι ή άλλη επιβράβευση, είτε στον κατάλληλο κάδο του Δήμου που έχουν εγκατασταθεί πλέον μέσω της ΔΕΔΙΣΑ. Μετά από διαλογή, μέρος των ενδυμάτων και υποδημάτων προσφέρονται δωρεάν σε άπορα άτομα στην Ελλάδα, σε κοινωνικές υπηρεσίες του Δήμου ή σε φιλανθρωπικούς φορείς. Επιπλέον, ενδύματα και υποδήματα διατίθεται για αποστολή σε χώρες, όπου υπάρχει επείγουσα ανάγκη, όπως φυσική καταστροφή, πόλεμος κ.ο.κ. Το μεγαλύτερο ποσοστό εξάγεται με σκοπό την επαναχρησιμοποίηση. Τα ακατάλληλα για επαναχρησιμοποίηση ενδύματα και υποδήματα, ανακυκλώνονται για δημιουργία ρούχων καθαρισμού, στουπιών, μονωτικού και άλλου υλικού.<sup>62</sup>

Εικόνα 23: Οι κάδοι για την ανακύκλωση των ρούχων



Πηγή: <https://www.dedisa.gr/>

<sup>62</sup>

<https://www.dedisa.gr/%CE%BA%CF%8C%CE%BA%CE%BA%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CE%B9https://www.dedisa.gr/κόκκινοι-κάδοι/%CE%BA%CE%AC%CE%B4%CE%BF%CE%B9/>

## Κεφάλαιο 5 : Η ελληνική Μόδα

Η βιωσιμότητα και η βιοηθική είναι πλέον οι βασικές προϋποθέσεις για τις επιλογές που κάνουμε σχετικά με τη μόδα τόσο ως δημιουργοί, όσο και ως καταναλωτές. Η ελληνική μόδα, ευαίσθητοποιημένη όσο ποτέ στο περιβαλλοντικό ζήτημα, έχει παραδώσει τη σκυτάλη στη νέα γενιά δημιουργών που με όρεξη, φαντασία και οικολογική συνείδηση πάνε τη βιομηχανία αλλά και τη χώρα μας πολλά βήματα μπροστά.

### 5.1 Η κλωστοϋφαντουργία στην Ελλάδα

Η κλωστοϋφαντουργική βιομηχανία είναι ο σημαντικότερος μεταποιητικός κλάδος της χώρας, ο οποίος συνδέεται και με την αγροτική δραστηριότητα αφού εκμεταλλεύεται ως πρώτη ύλη το βαμβάκι που αποτελεί κορυφαίο ελληνικό προϊόν και μάλιστα εξάγεται σε ποσοστό 70%. Οι εργαζόμενοι στον κλάδο αγγίζουν τις 75.000. Δυστυχώς δεν υπάρχουν δεδομένα για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της βιομηχανίας αυτής στη χώρα μας αλλά η ενεργειακή εξάρτηση υπολογίζεται ότι συμβάλει στην άνοδο της τιμής αφού για να καλυφθεί αυτό το στάδιο παραγωγής απαιτείται περίπου το 40% του τιμήματος<sup>63</sup> του ρούχου. Εφόσον διαπιστώνουμε ότι υπάρχει γεωργική δραστηριότητα για το βαμβάκι και ενεργειακή κατανάλωση για τη λειτουργία των εργοστασίων, συμπεραίνουμε ότι η κατανάλωση νερού για το πότισμα και τη μετέπειτα εργοστασιακή επεξεργασία του υφάσματος θα είναι ανάλογη των αριθμών που περιγράψαμε για τον υπόλοιπο κόσμο και ομοίως θα ισχύσει και για τις επιπτώσεις από τις ανάγκες σε ενέργεια.

Εικόνα 24: Στιγμιότυπο από κλωστοϋφαντουργική βιομηχανία



Πηγή: <https://m.naftemporiki.gr/story/1595919>

Κατά την περίοδο της παραγωγικής ύφεσης της κινεζικής βιομηχανίας λόγω της πανδημίας Covid-19 παρατηρήθηκε αυξητική τάση στην ελληνική κλωστοϋφαντουργία, από βιομηχανίες της Ευρώπης που άρχισαν να δίνουν τις παραγγελίες τους εγχώρια προκειμένου να έχουν έγκαιρα τα αποθέματα που χρειάζονται. Η ελληνική βιομηχανία ενισχύθηκε έναντι των υψηλών μεταφορικών, ναύλων και κόστους, που απαιτούνταν για να έρθουν οι πρώτες ύλες από μακρινές χώρες του εξωτερικού και μάλιστα αναδεικνύεται σε κορυφαίο προορισμό ραφής για επώνυμα προϊόντα, καθώς με βάση τα στοιχεία εννεαμήνου του 2021, ο δείκτης παραγωγής αυξήθηκε κατά 18%, οι εξαγωγές των μεταποιητικών προϊόντων κατά 11,9% οι εξαγωγές βαμβακερών νημάτων κατά 35% και οι

<sup>63</sup> <https://m.naftemporiki.gr/story/1595919>

εξαγωγές βάμβακος κατά 51,9%.<sup>64</sup> Οι ελληνικές εταιρείες που έχουν μεταφέρει τις εργασίες τους στο εξωτερικό άρχισαν να φέρνουν πίσω κάποια μέρη της παραγωγικής διαδικασίας ενώ για άλλα προτιμούν φθηνότερες κοντινές χώρες.

Παράλληλα διαπιστώνεται ότι λόγω της πανδημίας Covid-19 οι Έλληνες καταναλωτές στράφηκαν στο ηλεκτρονικό εμπόριο ξεπερνώντας το 1 δις ευρώ σε αγορές για το έτος 2021 και φτάνοντας το 20% των συνολικών πωλήσεων Μόδας στην χώρα μας. Η τάση αναμένεται να συνεχίσει να είναι ανοδική φτάνοντας τα 1.27 δις το 2024, ενώ παρατηρήθηκε ότι σε σχέση με το 2020 οι παραγγελίες δεν ήταν μόνο μεγαλύτερες αλλά και ακριβότερες.<sup>65</sup>

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Πλεκτικής – Ετοίμου Ενδύματος Ελλάδος (ΣΕΠΕΕ), το πρώτο τετράμηνο του 2022 καταγράφηκε αύξηση στις λιανικές πωλήσεις και στις εξαγωγές της αλυσίδας ένδυσης - κλωστοϋφαντουργίας. Θα πρέπει βέβαια να επισημανθεί ότι το πρώτο τετράμηνο του 2021 τα εμπορικά καταστήματα παρέμειναν κλειστά στο μεγαλύτερο διάστημα. Οι λιανικές πωλήσεις ενδυμάτων σημείωσαν αύξηση 60% και ανήλθαν σε 688 εκατ. ευρώ από 429 εκατ. ευρώ το πρώτο τετράμηνο του 2021.

Ωστόσο σύμφωνα με πληροφορίες της αγοράς η πορεία του Μαΐου επηρεάστηκε αρνητικά από την αύξηση του κόστους της ενέργειας, την ακρίβεια και τον πόλεμο στην Ουκρανία.

Θετικό ήταν επίσης και το ξεκίνημα των εξαγωγών με άνοδο 18,7%.

Η συνολική αξία των εξαγωγών της αλυσίδας ένδυσης - κλωστοϋφαντουργίας το πρώτο τετράμηνο του 2022 ανήλθε σε 772 εκατ. ευρώ έναντι 650 εκατ. το 2021. Οι εξαγωγές ενδυμάτων παρουσίασαν αύξηση 22,8%, της κλωστοϋφαντουργίας 32%, ενώ του βαμβακιού σημείωσαν άνοδο 5%. Μεγάλη ήταν επίσης η αύξηση των εισαγωγών, οι οποίες για το σύνολο της αλυσίδας κατέγραψαν άνοδο 45%. Από 797 εκατ. ευρώ το 2021 σε 1.160 εκατ. ευρώ το 2022. Η αύξηση των εισαγωγών ενδυμάτων άγγιξε το 42%, ενώ της κλωστοϋφαντουργίας το 55%.<sup>66</sup>

Συνολικά ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων ένδυσης και κλωστοϋφαντουργίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση κατέγραψε σημαντική άνοδο λόγω της αύξησης τόσο των λιανικών πωλήσεων εντός Ε.Ε. όσο και λόγω της ενίσχυσης των εξαγωγών. Οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 17,1% στην κλωστοϋφαντουργία και κατά 7,3% στην ένδυση. Οι λιανικές πωλήσεις κατέγραψαν άνοδο 12,4%, ενώ οι εξαγωγές αυξήθηκαν κατά 16,1% στην ένδυση και κατά 15,9% στην κλωστοϋφαντουργία. Σε αξία οι εξαγωγές για το σύνολο της αλυσίδας ένδυσης και κλωστοϋφαντουργίας στην Ε.Ε. ανήλθαν το α' εξάμηνο του 2021 σε 27,5 δις. ευρώ από 23,7 δις. ευρώ το 2020. Σύμφωνα μάλιστα με τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Συνομοσπονδίας Ενδυσης και Κλωστοϋφαντουργίας (Euratex<sup>67</sup>), η Ε.Ε. αύξησε τις εξαγωγές της προς την Κίνα

<sup>64</sup> <https://www.euro2day.gr/news/enterprises/article/2113035/epistrefei-h-ellhnikhhttps://www.euro2day.gr/news/enterprises/article/2113035/epistrefei-h-ellhnikh-klostoyfantoyrgia.htmlklostoyfantoyrgia.html>

<sup>65</sup> <https://www.moneyreview.gr/business-and-finance/business/67815/online-shopping-tziros-1-dishttps://www.moneyreview.gr/business-and-finance/business/67815/online-shopping-tziros-1-dis-eyro-gia-ti-moda-stin-ellada/eyro-gia-ti-moda-stin-ellada/>

<sup>66</sup> <https://www.greekfashion.gr/el/news-trends/aykshsh-pwlhsewn-kai-eksagwgn-prwtohttps://www.greekfashion.gr/el/news-trends/aykshsh-pwlhsewn-kai-eksagwgn-prwto-tetramhno-toy-2022.388.htmltetramhno-toy-2022.388.html>

<sup>67</sup> <https://euratex.eu/spring-and-autumn-reports/>

κατά 39,7%, προς τη Ρωσία κατά 23,5% και προς τις ΗΠΑ κατά 22,4%. Την ίδια ώρα μειώθηκαν κατά 42,2% οι εισαγωγές από την Κίνα.

Για το 2023 όμως και αφού η ενεργειακή κρίση έγινε πιο έντονη και πυροδότησε την αύξηση της ακρίβειας, όλα τα παραπάνω ποσοστά επηρεάστηκαν πτωτικά, αντικατοπτρίζοντας τις αντίστοιχες καταναλωτικές μειώσεις που καταγράφηκαν και στην υπόλοιπη Ευρωπαϊκή Ένωση, που με τη σειρά τους επηρέασαν το σύνολο εισαγωγών – εξαγωγών στους ανάλογους κλάδους ( ενεάμηνο 2023). Πιο συγκεκριμένα και ειδικότερα στις εισαγωγές που αφορούν την ένδυση η μείωση κατανάλωσης υποχώρησε σε 24,6 % και στην κλωστοϋφαντουργία 25,3%. Και οι 2 κλάδοι έχουν επηρεαστεί από 2 βασικούς πυλώνες: α. Η έλλειψη σε διαθέσιμο εργατικό δυναμικό και β. το κόστος παραγωγής που αυξήθηκε σε ποσοστό 4,6% σε συνδυασμό με τον υψηλό πληθωρισμό ( πηγή: Euratex).

Η Ελλάδα ως μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης ακολουθεί και εφαρμόζει την απαίτηση επισήμανσης, βάσει της οποίας πρέπει να αναφέρεται αναλυτικά επάνω στο προϊόν η σύνθεση όλων των υφάνσιμων ινών και οποιαδήποτε μη κλωστοϋφαντουργικά συστατικά χρησιμοποιήθηκαν.<sup>68</sup>

## 5.2 Ελληνικές εταιρείες-παραδείγματα του Σήμερα, με ματιά στο Αύριο

Τα τελευταία χρόνια η ελληνική Μόδα έχει αρχίσει να συνυπολογίζει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του κλάδου και υπάρχουν επωνυμίες (brands) που έχουν πάρει τη γενναία απόφαση να πρωτοπορήσουν. Μπορεί να ακούγεται απλό αλλά δεν είναι εύκολο να παράγεις με βιώσιμες πολιτικές αν δεν υπάρχει σχετική εκπαίδευση και καταναλωτική φιλοσοφία. Τα πράγματα όμως δείχνουν να αλλάζουν.

### *CIRCULAR INDEPENDENCE*

Η εταιρεία Circular Independence είναι μια εταιρεία με φιλική προς το περιβάλλον φιλοσοφία που έχει στόχο την παραγωγή ρουχισμού αντλώντας όσο το δυνατόν λιγότερες νέες πρώτες ύλες και αντικαθιστώντας τις υπόλοιπες με πλαστικό. Με αυτό τον τρόπο εξοικονομείται ενέργεια και επιβαρύνεται λιγότερο το περιβάλλον δίνοντας παράλληλα νέα ζωή στο πλαστικό. Η συνεχώς αυξανόμενη ανησυχία για τα πλαστικά που καταλήγουν στις θάλασσες οδήγησε την εταιρεία να επιλέξει να συλλέγει τα μπουκάλια από τα ελληνικά νησιά και τις χωματερές και να δημιουργεί τα υφάσματά (RPET) της από αυτά αντί για την χρήση πετρελαίου. Η συνολική αυτή διαδικασία προσφέρει μεγάλη εξοικονόμηση ενέργειας και σε φυσικούς πόρους αλλά και στην κατανάλωση ενέργειας που θα απαιτούνταν για την επεξεργασία κατά την παραγωγική διαδικασία. Εξίσου σημαντικό είναι βέβαια ότι η συλλογή μπουκαλιών από τα απορρίμματα και η ανακύκλωσή τους με αυτό τον τρόπο μειώνει τον μη ανακυκλούμενο όγκο απορριμμάτων της χώρας μας.

Η διαδικασία προβλέπει διαχωρισμό πώματος και μπουκαλιού και στη συνέχεια κατηγοριοποίηση ανά χρώμα. Τα μπουκάλια καθαρίζονται και αποστειρώνονται για λόγους

---

<sup>68</sup> [https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/textilehttps://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/textile-label/index\\_el.html](https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/textilehttps://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/textile-label/index_el.html)



υγιεινής και στη συνέχεια στεγνώνονται και θρυμματίζονται σε νιφάδες. Οι νιφάδες αυτές λιώνονται και γίνονται νήμα το οποίο στη συνέχεια υφαίνεται.

Το 2019 συλλέχθηκαν 12 τόνοι πλαστικών μπουκαλιών που απέκτησαν νέα ζωή αφού μεταμορφώθηκαν σε γυαλιά ηλίου ενώ το 2021 κυκλοφόρησε η πρώτη συλλογή με ρούχα unisex, φτιαγμένη από πλαστικά βάρους 737,55 κιλών που συλλέχθηκαν από την Ελλάδα.

## *IOANNA KOURBELA*

Η αγάπη για τις φυσικές πρώτες ύλες και η υπεύθυνη παραγωγή στην Ελλάδα αποτελούν την κεντρική φιλοσοφία του Ioanna Kourbela designer brand. Από το 1971 που δραστηριοποιείται στο χώρο της ένδυσης, η εταιρία διαθέτει μονάδα παραγωγής, όπου και πραγματοποιείται αποκλειστικά η παραγωγή των συλλογών Ioanna Kourbela.<sup>69</sup>

Συμμετέχουν στο κίνημα Sustainability in Fashion επιμένοντας στην ανάγκη βιωσιμότητας των πόρων, δίκαιης μεταχείρισης των εργαζομένων σε κάθε φάση παραγωγής και προστασίας των καταναλωτών, παντού στον κόσμο. Η Αειφόρος Ανάπτυξη (Sustainable Development) αποτέλεσε, από την πρώτη ημέρα λειτουργίας της οικογενειακής επιχείρησης στην Πλάκα, βασικό πυλώνα της επιχειρηματικής τους φιλοσοφίας. Σήμερα αναλαμβάνουν ενεργό ρόλο στη διάδοση της ιδέας sustainability στη μόδα, για να προστατευτεί το περιβάλλον, στηρίζοντας συνανθρώπους και να διατηρηθούν ζωντανά μικρά εργαστήρια χειροτεχνίας και οι παραδόσεις που διαφύλαξαν, σε κάθε τόπο.

Συμμετέχουν επίσης στο έργο Textiles Clothing Business Labs (T.C.B.L.), μια πανευρωπαϊκή προσπάθεια εξυγίανσης και εξέλιξης του τομέα της κατασκευής υφασμάτων και ρούχων. Στόχος, να επιστρέψει στην Ευρωπαϊκή Ένωση ένα ποσοστό της παραγωγής, το οποίο θα πραγματοποιείται με διαδικασίες πιστοποιημένες ως προς τις αρχές της Αειφόρου Ανάπτυξης.

Τον Ιούνιο του 2017 παρουσιάστηκε στην Αθήνα, στο πλαίσιο ενός πιλοτικού προγράμματος του T.C.B.L., μία ιδιαίτερη συλλογή Ioanna Kourbela basics, κατασκευασμένη με όλες τις νέες προδιαγραφές της Ε.Ε για την Αειφόρο Ανάπτυξη. Η εταιρία αυτή ήταν η πρώτη που πραγματοποίησε ένα τέτοιο εγχείρημα, σε μια συνεργασία πρότυπο, που φιλοδοξεί να ανοίξει δρόμους για τη σύγχρονη, ανθρωπιστική, αντίληψη επιχειρηματικότητας και μόδας στην Ευρώπη.

Προμηθεύονται βαμβάκι και μετάξι από την Ελλάδα, σε ώστε να ενισχύσουν στην πράξη τους παραγωγούς και τη βιομηχανία του τόπου μας.

Η εταιρία έλαβε το βραβείο Βιώσιμης, Καινότομου και Υπεύθυνης Επιχειρηματικότητας στην κατηγορία FAMILY BUSINESS για το 2021.

## *SALTY BAG*

Η συγκεκριμένη εταιρεία δεν αφορά την ένδυση με την έννοια των ρούχων, αλλά με την ευρύτερη, των αξεσουάρ, αφού παράγει τσάντες. Η Salty Bag ιδρύθηκε τον Ιανουάριο του

---

<sup>69</sup> <https://ioannakourbela.com/el/%ce%b2%ce%b9%cf%89%cf%83%ce%b9%ce%bc%cf%8c%cf%84%ce%b7%cf%84%ce%b1/?v=f214a7d42e0d>

2013, κατά τη διάρκεια ενός σεμιναρίου ιστιοπλοΐας που πραγματοποιήθηκε στον Ιστιοπλοϊκό Όμιλο Κέρκυρας και το όραμά της είναι να σχεδιάζει και να κατασκευάζει χειροποίητες τσάντες, υψηλής αντοχής, μέσω της επανάχρησης και αξιοποίησης υλικών, με γνώμονα τον χαμηλό περιβαλλοντικό αντίκτυπο και τις αρχές της κυκλικής οικονομίας. Κάθε Salty Bag σχεδιάζεται να έχει μεγάλη διάρκεια ζωής και να είναι σε θέση να αξιοποιηθεί και μετά την ολοκλήρωση του κύκλου ζωής της. Για να αναδείξουν αυτά τα χαρακτηριστικά σε κάθε σχέδιο, συνδυάζεται την φιλοσοφία του upcycling, της αναβαθμιστικής ανακύκλωσης, με την συνεχή και προσεκτική αναζήτηση των ανθεκτικότερων και καταλληλότερων υλικών, στοχεύοντας στην καλύτερη αξιοποίηση και επανάχρησή τους.

Εικόνα 25: Πανί που σκίστηκε και θα επαναχρησιμοποιηθεί για τσάντες



Πηγή: <https://saltybag.com/>

Επαναξιοποιούνται παροπλισμένα πανιά ιστιοφόρων σκαφών, ιστιοσανίδων και αλεξίπτωτων τα οποία έχουν ολοκληρώσει τον κύκλο ζωής τους στη θάλασσα και αντί να πεταχτούν, αξιοποιούνται σε μια νέα ζωή, εκμεταλλευόμενοι τη μεγάλη αντοχή αυτού του υλικού. Μέσα από τη διαδικασία μεταποίησης λοιπόν, το πανί αλλάζει μορφή και γίνεται τσάντα ή σακβουαγιάζ, αποτελώντας το πιο χειροπιαστό παράδειγμα του ελληνικού upcycling. Οι καλές πρακτικές όμως δεν σταματούν εδώ, η Salty Bag αναλαμβάνει να πάρει πίσω το προϊόν της όταν το βαρεθείτε ή χαλάσει, ώστε να το επαναχρησιμοποιήσει περαιτέρω σε επόμενη συλλογή. Ο καταναλωτής επιβραβεύεται με ένα εκπτώτικό κωδικό και η φύση χαμογελά.

#### *KIMALE*

Το ελληνικό brand KIMALE με moto του την έκφραση “joie de vivre”, δηλαδή το να χαιρόμαστε τη ζωή, σχεδιάζει ρούχα με ευφάνταστα μοτίβα γεμάτα ζωντάνια, με επιρροές από διάφορες κουλτούρες σε όλον τον κόσμο, με μια μίνιμαλ διάθεση. Το brand κινείται με όρους slow fashion σεβόμενο τις βιώσιμες πρακτικές στη βιομηχανία της μόδας. Η συλλογή Alchimia vegan shoes βασίζεται σε φυσικά υλικά από δάση και αγρούς. Ο συνδυασμός τους με υλικά όπως πλαστικές σακούλες, σακιά από την βιομηχανία τροφίμων αλλά και παλιά

οικογενειακά εργόχειρα δίνουν ένα μοναδικό αποτέλεσμα με μικρό περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Η εταιρεία βασίζεται στον συνδυασμό της βιωσιμότητα και του low waste και χρησιμοποιεί τα υπολείμματα υλικών για την κατασκευή αξεσουάρ ώστε να έχει μηδενικά απορρίμματα. Ανάλογα με το είδος των υλικών έχουν δημιουργήσει συνεργασίες με κατάλληλους φορείς προκειμένου να διοχετεύονται όλα τα περισσεύματα σε άλλες παραγωγικές διαδικασίες π.χ. δημιουργία πουγκιών για συσκευασία λεβάντας από εταιρείες βοτάνων και μπαχαρικών.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> <https://kimale.co/sustainability/>

## Κεφάλαιο 6: Αγοραστικές επιλογές και Ηθική κατανάλωση

Κατανοώντας τα παραγωγικά στάδια της δημιουργίας ενός ενδύματος, θα πρέπει να εντοπίζουμε σταδιακά το ρόλο που παίζουν οι επιλογές μας ως καταναλωτές σε αυτή τη διαδικασία. Για διάφορους λόγους ο καθένας από εμάς επιλέγει να προμηθευτεί τα ρούχα και τα παπούτσια του αλλά και οτιδήποτε πλαισιώνει τη ζωή και την καθημερινότητά μας κυρίως μέσω των αγορών του.

Είναι σημαντικό λοιπόν να υπάρχει ενημέρωση αλλά και αντίληψη του πως κάθε επιλογή μας θα επηρεάσει μελλοντικά την καθημερινότητα, την υγεία και τη διάρκεια ζωής του πλανήτη. Γιατί μπορεί να ακούγεται υπερβολικό, όμως οι τάσεις, η Μόδα, το lifestyle δεν είναι τίποτε περισσότερο από το σύνολο των αγοραστικών επιλογών των ανθρώπων που ζουν πάνω στον πλανήτη Γη, για το πως θα διαθέσουν το εισόδημά τους. Επιμερίζοντας λοιπόν τις καθημερινές μας ανάγκες και διευρύνοντας την έννοια των επιλογών πέρα από τα ρούχα μας θα εξετάσουμε παρακάτω πρακτικές και εργαλεία που βρίσκονται στη διάθεση του καταναλωτή για να κάνει τις πιο κατάλληλες, βιώσιμες επιλογές. Φυσικά αυτά τα εργαλεία δεν είναι πανάκεια, καθώς σε διαφορετικά μέρη του κόσμου, με άλλες συνθήκες και ανισότητες, με θέματα επιβίωσης, δεν θα μπορέσουν να εφαρμοσθούν με την ίδια κρίση και ομοιομορφία.

### 6.1 Συνειδητότητα και κατανάλωση – Conscious consumerism

Τα τελευταία χρόνια, που υπάρχει περισσότερη ελεύθερη πληροφόρηση σε θέματα βιωσιμότητας και διεξήχθησαν έρευνες που επικεντρώνονται στη συσχέτιση των καταναλωτικών επιλογών και την περιβαλλοντική επιβάρυνση του πλανήτη, έχει αρχίσει να συγκροτείται μια ομάδα καταναλωτών που επιλέγει συνειδητά πια τα αγαθά που αγοράζει, με σκοπό τη μείωση αυτής της περιβαλλοντικής επιβάρυνσης. Ο όρος conscious χρησιμοποιείται για να περιγράψει την πρακτική κατανάλωση ή τον καταναλωτή που λαμβάνει τις αγοραστικές του αποφάσεις κατόπιν σκέψης και μέσα από πρίσμα βιωσιμότητας για να μπορέσει έτσι να δημιουργήσει μια θετική, κοινωνική επιρροή. Συνειδητή επιλογή λοιπόν είναι μια επιλογή που καλύπτει μια ανάγκη που δεν μπορεί να καλυφθεί με άλλο τρόπο, παρά μόνο με αυτή την αγορά. Ο καταναλωτής δηλαδή φροντίζει να βεβαιωθεί ότι δεν διαθέτει ήδη αυτό που χρειάζεται, ή δεν μπορεί να το βρει από κάποιον άλλο που δεν το χρειάζεται πια, ή να το ανταλλάξει ή ακόμη και να το κατασκευάσει μόνος του από αντικείμενα που διαθέτει ήδη. Όμως η σκέψη δεν σταματάει εδώ. Ο συνειδητός καταναλωτής θα κάνει έρευνα για το προϊόν της επιλογής του, διαβάζοντας την ετικέτα του, τη σήμανσή του, την ενεργειακή του κλάση, μιας και δεν μιλάμε μόνο για ρούχα. Θα συλλέξει όσες περισσότερες πληροφορίες μπορεί για τα διαθέσιμα προϊόντα και πριν την αγορά του θα σκεφτεί καλά την επιβάρυνση για την κοινωνία και το περιβάλλον. Στην ουσία πρόκειται για ένα καταναλωτικό κίνημα που με τη δύναμη των χρημάτων που καταβάλει για αγαθά επιβραβεύει τις εταιρείες με κοινωνική και περιβαλλοντική συνείδηση. Γιατί αναφερόμαστε και στην κοινωνία; Η κοινωνία και το περιβάλλον συνδέονται άρρηκτα μέσα από την έννοια της βιωσιμότητας. Δεν μπορούμε να μιλάμε για συνείδηση και ηθική και να μη λαμβάνουμε υπόψιν αν μια εταιρεία απασχολεί παιδιά ως εργάτες, όπως δεν μπορεί να μας αφήνει αδιάφορους αν τα χημικά κατάλοιπα ενός εργοστασίου πετιούνται χωρίς επεξεργασία σε ένα ποτάμι. Πόσο μάλλον αν αυτό το ποτάμι είναι ο υδάτινος πόρος ενός χωριού και διακινδυνεύεται η υγεία των πολιτών του.

Παραδείγματα συνειδητών και βιώσιμων επιλογών στην καθημερινότητά μας είναι η αντικατάσταση των πλαστικών σακουλιών με μια επαναχρησιμοποιούμενη τσάντα που θα έχουμε πάντα μαζί μας. Ή η αγορά μιας μπλούζας που πιστοποιημένα έχει φτιαχτεί από οργανικό βαμβάκι. Ακόμη και η

επιλογή του να αγοράσουμε μια μπάρα σαπουνιού από ελαιόλαδο αντί για μια πλαστική συσκευασία σαπουνιού που παράχθηκε με χημικά πρόσθετα, έχει σημαντική αξία και συμβολή στην προσπάθεια για την προστασία του πλανήτη. Στηρίζοντας λοιπόν εταιρείες που η φιλοσοφία τους ταιριάζει με την συνειδητή – ηθική – πράσινη κατανάλωση, δημιουργούμε πίεση και χώρο στις εταιρείες που δεν εφαρμόζουν τις αντίστοιχες αρχές, να το κάνουν, για να μη χάσουν μερίδιο από αυτό το αγοραστικό κοινό.

## 6.2 Slow fashion

Στο πλαίσιο της συνειδητής και ηθικής κατανάλωσης, εμφανίστηκαν εταιρείες παραγωγής ρούχων με σκοπό τη διαφοροποίησή τους από τις αλυσίδες γρήγορης μόδας που αναπτύξαμε νωρίτερα, το αντίθετό τους λοιπόν είναι οι εταιρείες slow fashion, αργής μόδας δηλαδή, που τις χαρακτηρίζει η χρήση ποιοτικών και πιστοποιημένων πρώτων υλών, η κατασκευή κατά παραγγελία και η προσοχή μέχρι και στα υλικά συσκευασίας για να μην επιβαρύνονται με έξτρα πλαστικό.

Οι εταιρείες αυτές διαφοροποιούνται σε όλη την παραγωγική διαδικασία με σκοπό την εξοικονόμηση πόρων και τη μείωση του περιβαλλοντικού τους αποτυπώματος. Ο όρος αργή μόδα προκύπτει από την κατά παραγγελία ραφή τέτοιων ενδυμάτων και το γεγονός ότι δεν τα βρίσκουμε έτοιμα σε μια κρεμάστρα να περιμένουν για αγορά. Τα υφάσματα που επιλέγονται από τέτοιες εταιρείες είναι πάντοτε από φυσικά υλικά που έχουν καλλιεργηθεί με μεθόδους φιλικές προς το περιβάλλον, ως προς την κατανάλωση νερού και τη χρήση φυτοφαρμάκων, λιπασμάτων και εντομοκτόνων. Η μελέτη που υποστηρίζει αυτή την παραγωγική διαδικασία είναι τόσο εκτενής που περιλαμβάνει την τοποθεσία προέλευσης των πρώτων υλών με σκοπό τον εντοπισμό των πλησιέστερων παραγωγών, ιδανικά εγχώρια, καθώς ο σχεδιασμός περιλαμβάνει και την διαδικασία μεταφοράς πρώτων υλών και τελικού προϊόντος, με σκοπό την καλύτερη περιβαλλοντική διαχείριση.

Ένα προϊόν αργής μόδας ξεκινάει να ράβεται μετά την παραγγελία του. Το ύφασμα κόβεται προσεκτικά ώστε να μην περισσεύουν μικρά κομμάτια που δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε κάτι άλλο. Η ραφή πιθανόν να γίνεται με το χέρι ή σε μηχανήματα μικρής κλίμακας που δεν είναι τόσο ενεργοβόρα. Η συσκευασία συνήθως γίνεται με χάρτινα είδη, ακόμη και κιβώτια που περιείχαν μέσα τις πρώτες ύλες της επιχείρησης. Γενική αρχή είναι να γίνεται επανάχρηση όπου είναι δυνατόν για να μειώνεται ο όγκος παραγόμενων απορριμμάτων. Πολλά από αυτά τα ενδύματα είναι πολυμορφικά ή διπλής όψης, για να αυξάνεται η χρησιμότητά τους και να μειώνεται η καταναλωτική ανάγκη για περισσότερα. Ακόμη και για την παράδοση τους στον καταναλωτή υπάρχει μέριμνα για την επιλογή των πιο πράσινων Logistics.

Η αργή μόδα έχει αποκτήσει κοινό στη χώρα μας αλλά και στο εξωτερικό φυσικά. Απαρτίζεται από καταλωτές με οικολογική συνείδηση, που είναι διατεθειμένοι να σχεδιάσουν προσεκτικά τις αγορές τους, περισσότερο με βάση τις πραγματικές τους ανάγκες σε ένδυση και λιγότερο την ανάγκη για επίδειξη των ρούχων.

## 6.3 Vegan επιλογές για την προστασία του περιβάλλοντος

Αναφερθήκαμε και παραπάνω στη συμβολή της κτηνοτροφίας στην επιβάρυνση του πλανήτη και ειδικότερα στο σκέλος εκτροφής ζώων για το μαλλί τους. Η κτηνοτροφία είναι από τις πιο

επιβαρυντικές ανθρώπινες δραστηριότητες περιβαλλοντικά, λόγω της κατανάλωσης νερού, της μείωσης των δασικών εκτάσεων προκειμένου να αυξηθούν οι διαθέσιμοι χώροι που θα εξυπηρετήσουν ως βοσκοτόπια αλλά και λόγω των αερίων του θερμοκηπίου που εκλύονται από τη διαδικασία αναπνοής και κυρίως πέψης των ζώων. Με τη διάδοση υφασμάτων που έχουν ως πρώτη ύλη τα φυτικά προϊόντα, κερδίζουμε ότι και από την αλλαγή της διατροφής μας, τη μείωση των εκλυόμενων αερίων.

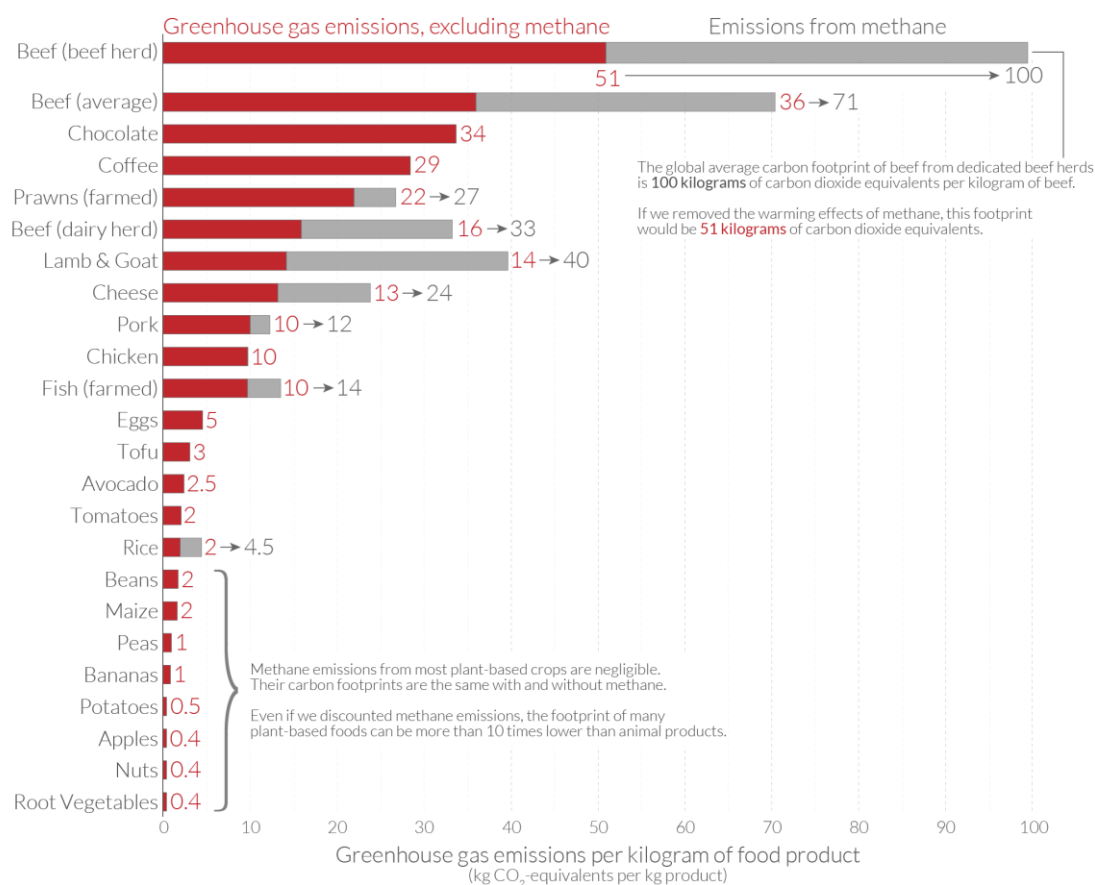
Η τάση που υπάρχει τα τελευταία χρόνια για στροφή στη χορτοφαγία, έχει ως σκοπό την βελτίωση της υγείας των ανθρώπων και την προστασία των ζώων από τη σφαγή για να εξυπηρετηθεί η ανάγκη για κατανάλωση κρέατος. Καθώς έχουμε συνηθίσει σε ακραίες απόψεις για τη χορτοφαγία και το vegan κίνημα, ο μέσος πολίτης ενδεχομένως να έχει χάσει τη χρήσιμη πληροφορία που θα μπορούσε να λάβει από μια σωστή ενημέρωση. Ο σύγχρονος τρόπος ζωής θα λέγαμε ότι έχει επηρεάσει σημαντικά το μοντέλο της καθημερινής μας διατροφής, είτε λόγω έλλειψης χρόνου είτε λόγω της πληθώρας προσφερόμενων επιλογών που έχει πια ένας άνθρωπος στη ζωή του. Έτσι ειδικά στη χώρα μας, οι νεότερες γενιές και ειδικότερα οι κάτοικοι των πόλεων δεν ακολουθούν πια το μοντέλο της μεσογειακής διατροφής, αφού η κατανάλωση φρούτων και λαχανικών και ο περιορισμός του κόκκινου κρέατος δεν είναι στις αναλογίες που προβλέπονται.

### Εκλυόμενα αέρια ανά είδος τροφής 1

## Greenhouse gas emissions from food, short vs. long-lived gases

Our World  
in Data

Greenhouse gas emissions are measured in carbon dioxide-equivalents (CO<sub>2</sub>eq) based on their 100-year global warming potential (GWP). Global mean emissions for each food are shown with and without the inclusion of methane – a short-lived but potent greenhouse gas.



Note: Greenhouse gas emissions are given as global average values based on data across 38,700 commercially viable farms in 119 countries. Data source: Poore & Nemecek (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*. OurWorldinData.org – Research and data to make progress against the world's largest problems. Licensed under CC-BY by the authors Joseph Poore & Hannah Ritchie.

Πηγή: [The carbon footprint of foods: are differences explained by the impacts of methane? - Our World in Data](#)

Οι vegan επιλογές όμως δεν θα έπρεπε να συγχέονται αποκλειστικά με τη διατροφή αφού ως τέτοια προσδιορίζονται τα προϊόντα που δεν εμπεριέχουν ζωικά παράγωγα και αυτό πλέον προεκτείνεται στις παραγωγικές διαδικασίες πολλών τύπων προϊόντων και όχι αποκλειστικά διατροφής. Καθώς το αγοραστικό κοινό που επιλέγει τέτοια αγαθά μεγαλώνει, μεγαλώνει συνεχώς και η προσφερόμενη γκάμα προϊόντων κι έτσι τώρα υπάρχει βιομηχανία παραγωγής τεχνητού δέρματος για παπούτσια, ζώνες, τσάντες και άλλα είδη, όπως και vegan σαμπουάν και καλλυντικά.

Στο κοινωνικό κομμάτι, αυτά τα προϊόντα που στηρίζονται σε φυτική πρώτη ύλη, εκτός από το γεγονός ότι έχουν χαμηλότερο ανθρακικό αποτύπωμα, κερδίζουν έδαφος λόγω της ευαισθησίας απέναντι στα ζώα, αφού δεν βασανίζονται για την πρώτη ύλη και δεν γίνονται πειράματα σε αυτά.

## 6.4 Ecolabels

Ένα άλλο εργαλείο στη φαρέτρα του συνειδητού καταναλωτή για τον εντοπισμό των προϊόντων που είναι φιλικότερα στο περιβάλλον (σαν διαδικασία παραγωγής), είναι τα οικολογικά σήματα.

Τα σήματα αυτά που είναι αναγνωρισμένα με σκοπό την ομοιομορφία εφαρμογής προτύπων, αναφέρονται διεθνώς ως ECOLABELS και θα λέγαμε ότι παίζουν το ρόλο του οδηγού στις βιώσιμες αγορές, ώστε να είναι ο καταναλωτής σε θέση να εντοπίζει εύκολα τα αντίστοιχα προϊόντα. Στην ουσία πρόκειται για μια σειρά ετικετών που έχουν διαμορφωθεί με σκοπό να αντιπροσωπεύουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά ενός προϊόντος και της παραγωγικής του διαδικασίας. Αξίζει να αναφέρουμε πως υπάρχουν ετικέτες που πιστοποιούν την εντοπιότητα των προϊόντων και άρα έχουν εφαρμογή ανά χώρα, αλλά και άλλες που είναι κοινές για όλο τον κόσμο.

Θα αναφερθούμε συνοπτικά στα γνωστότερα από αυτά τα σήματα:

-EU Ecolabel

*EU Ecolabel*



Πηγή: [About the EU Ecolabel \(europa.eu\)](http://europa.eu)

Αποτελεί το πιστοποιημένο σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και καθιερώθηκε το 1993. Έκτοτε έχουν τεθεί πρότυπα στις παραγωγικές διαδικασίες για ένα πολύ μεγάλο εύρος προϊόντων, που περιλαμβάνει και τα ρούχα. Εντύπωση προκαλεί ότι η συγκεκριμένη ετικέτα περιλαμβάνει προδιαγραφές που αφορούν τα αγαθά για το σύνολο του κύκλου ζωής τους και όχι απλά για την παραγωγή. Ελέγχεται και πιστοποιείται δε από ανεξάρτητη αρχή, για να διασφαλίζεται η ύπαρξη διαφάνειας. Το σύμβολο αυτό αναγνωρίζεται παγκοσμίως.<sup>71</sup>

-Better Cotton Initiative



<sup>71</sup> [About the EU Ecolabel \(europa.eu\)](http://europa.eu)



Η πρωτοβουλία αυτή είναι μια μη κερδοσκοπική οργάνωση που υποστηρίζει αγρότες, μικροπαραγωγούς και οικογενειακές φάρμες, στη συνέχιση της καλλιέργειας βαμβακιού με παραδοσιακούς τρόπους, φιλικότερους προς το περιβάλλον. Σκοπός είναι η στήριξη και ενδυνάμωση των τοπικών αγροτικών κοινωνιών για την εξασφάλιση καλύτερου και σταθερού εισοδήματος, πιστοποιώντας παράλληλα ότι οι μέθοδοι καλλιέργειας είναι φιλικές για το περιβάλλον. Πλέον ο οργανισμός αυτός μετράει παρουσία σε πολλές χώρες και άρα αυτό είναι ένα οικολογικό σήμα που αναγνωρίζεται παγκοσμίως.<sup>72</sup>

V-Label International



Σήματα όπως παραπάνω, με το γράμμα V χρησιμοποιούνται για το χαρακτηρισμό των προϊόντων vegan. Η εν λόγω ετικέτα, θεσπίστηκε στην Ελβετία το 1996 και είναι παγκοσμίως αναγνωρισμένη για την πιστοποίηση χορτοφαγικών προϊόντων και προϊόντων vegan. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η επιλογή τέτοιων προϊόντων, όχι αποκλειστικά στον τομέα της διατροφής, βελτιώνει σημαντικά το ανθρακικό και οικολογικό μας αποτύπωμα<sup>73</sup>.

OEKO TEX STANDARD 100



Αυτό το οικολογικό σήμα έχει αποκλειστική σχέση με τα υφάσματα και πιστοποιεί ότι έχουν ελεγχθεί και δεν περιέχουν επιβλαβείς ουσίες. Είναι επίσης ένα παγκοσμίως αναγνωρισμένο σήμα, ευρέως διαδεδομένο και χρησιμοποιείται και από αλυσίδες γρήγορης μόδας ώστε να κάνουν τα ρούχα τους πιο ελκυστικά για όσους ενδιαφέρονται τα ενδύματά τους να είναι φιλικά για το ανθρώπινο δέρμα.

Η πιστοποίηση αυτή εφαρμόζεται πλέον των υφασμάτων και σε νήματα και κουμπιά, ώστε όλα τα μέρη ενός ρούχου να έχουν ελεγχθεί για περισσότερες από 1000 βλαβερές ουσίες, λίστα που ανανεώνεται σε ετήσια βάση.<sup>74</sup>

<sup>72</sup> [The world doesn't just need cotton, it needs Better Cotton.](#)

<sup>73</sup> [Home Page - V-Label](#)

<sup>74</sup> [OEKO-TEX® STANDARD 100](#)

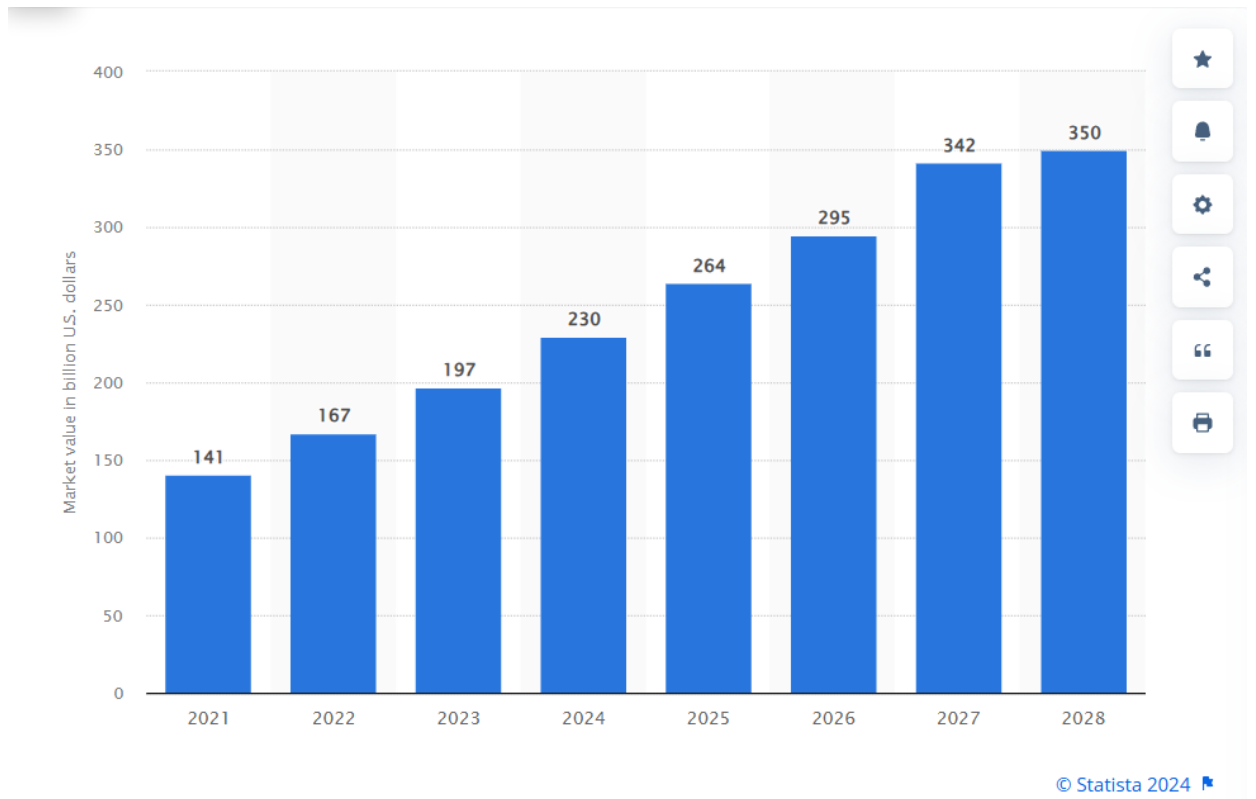


## 6.5 Καταστήματα δεύτερης ευκαιρίας - Second hand shops

Μια επιπλέον εναλλακτική που έχουν οι συνειδητοί καταναλωτές σήμερα, είναι η αγορά μεταχειρισμένων ρούχων. Πάντα υπήρχαν καταστήματα πώλησης ρούχων από δεύτερο χέρι, όμως τα τελευταία χρόνια έχει γίνει τάση και λόγω των σημαντικών ωφελειών για το περιβάλλον αλλά και επειδή έχει αναδειχθεί μέσω των κοινωνικών δικτύων ως τρόπος να στελεχώσει κάποιος τη ντουλάπα του με κομμάτια μιας άλλης εποχής σε συνήθως χαμηλές τιμές. Η τακτική αυτή ονομάζεται *thrifting* και δεν περιορίζεται μόνο σε ρουχισμό, αλλά αντιθέτως προτιμάται ακόμα και για την αγορά επίπλων και ειδών σπιτιού. Παλαιότερα υπήρχε προκατάληψη ως προς τα πρότυπα υγιεινής για την αγορά ρούχων από δεύτερο χέρι, όμως πλέον έχουν θεσπιστεί αυστηρά πρωτόκολλα υγείας για τον τρόπο προμήθειας και αποστείρωσης των ρούχων προς διάθεση.

Η επαναδιάθεση μεταχειρισμένων ενδυμάτων προς πώληση τα τελευταία χρόνια έχει γιγαντωθεί σαν οικονομικό μέγεθος και οι προβολές για τα επόμενα έτη είναι εντυπωσιακές. Στο παρακάτω διάγραμμα μπορούμε να δούμε τα ποσά που διατέθηκαν σε αυτή την αγορά σε εκατομμύρια Δολάρια από το 2021 και πως αναμένεται να διαμορφωθούν έως το 2028 στις ΗΠΑ, με δυναμική αύξουσα πορεία.

Τζίρος ενδυμάτων 2nd hand



Πηγή: [Secondhand apparel market worldwide 2021-2028 | Statista](#)

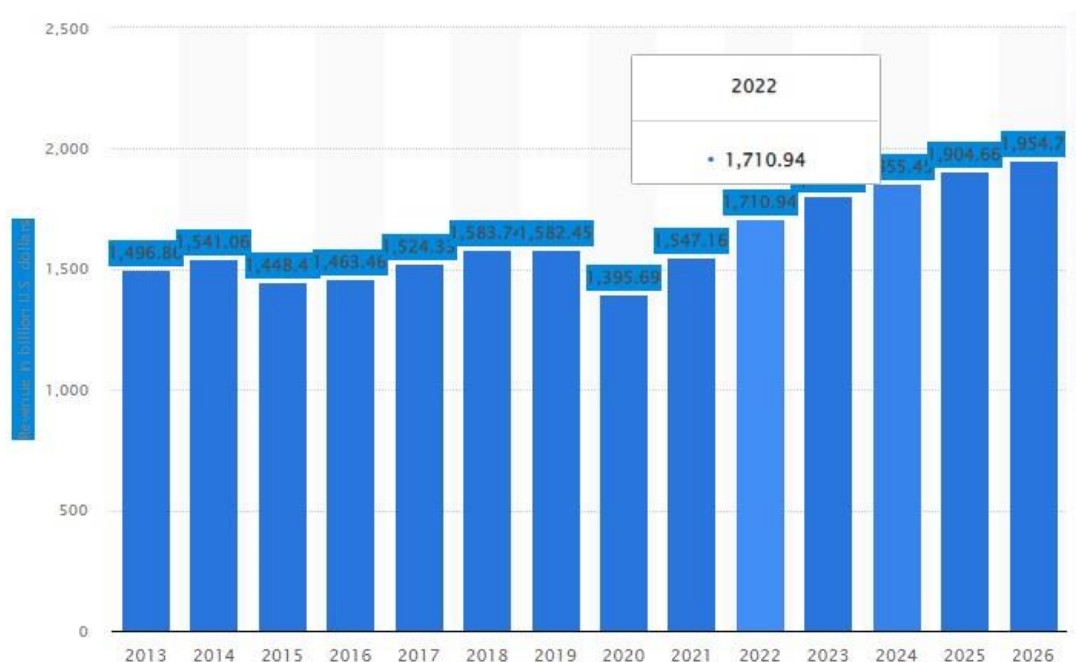
## Κεφάλαιο 7: Στατιστικά και Χάρτες της Γρήγορης Μόδας

Τα δεδομένα στην εποχή μας είναι άπειρα και η πρόσβαση σε αυτά πολλές φορές ελεύθερη και απεριόριστη. Τα τελευταία χρόνια πραγματοποιούνται πολλές μετρήσεις και έρευνες αναφορικά με τη βιομηχανία της Μόδας και τις περιβαλλοντικές της επιπτώσεις και έτσι έγινε αντιληπτή και η σημαντικότητα των κινήσεων που πρέπει να ακολουθήσουν για να αντιστραφεί η κατάσταση.

Στην ενότητα αυτή θα δούμε κάποια διαγράμματα με σημαντικά δεδομένα ώστε να αντιληφθούμε καλύτερα το μέγεθος της επίδρασης στον πλανήτη αλλά και μερικούς χάρτες που θα μας βοηθήσουν να κατανοήσουμε καλύτερα γιατί η προσπάθεια στη Μόδα πρέπει να γίνει συλλογικά καθώς η βιομηχανία αυτή επηρεάζει όλο τον Κόσμο.

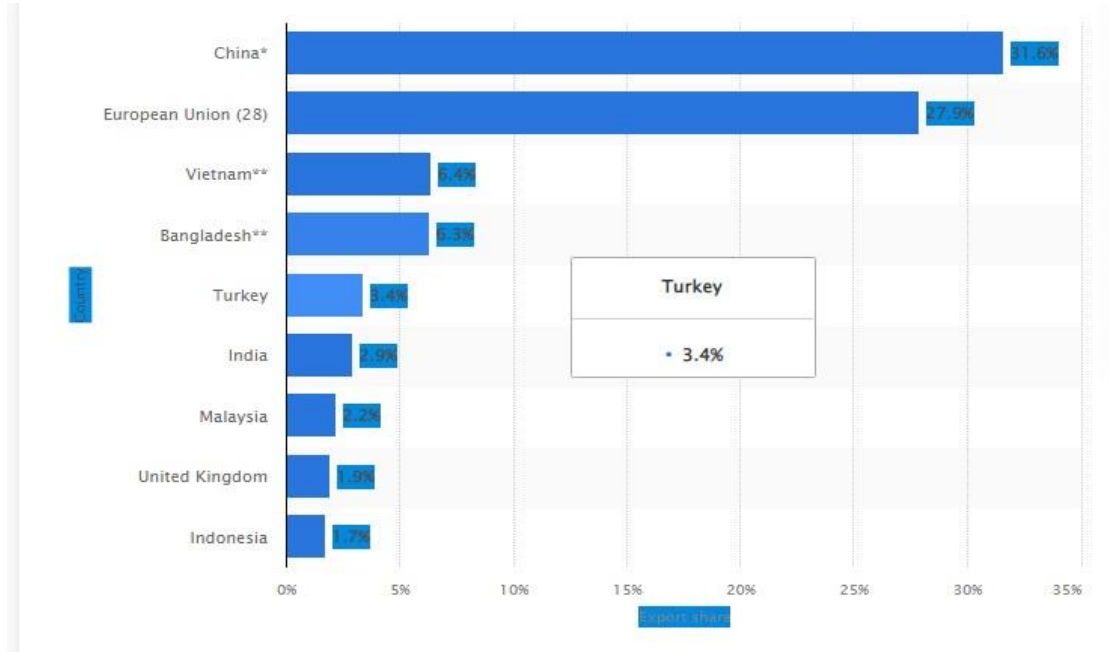
### 7.1 Στατιστικά γραφήματα

#### 7.1.1 Η αξία της βιομηχανίας Μόδας (έτη 2013-2026) σε τρις δολάρια ΗΠΑ.



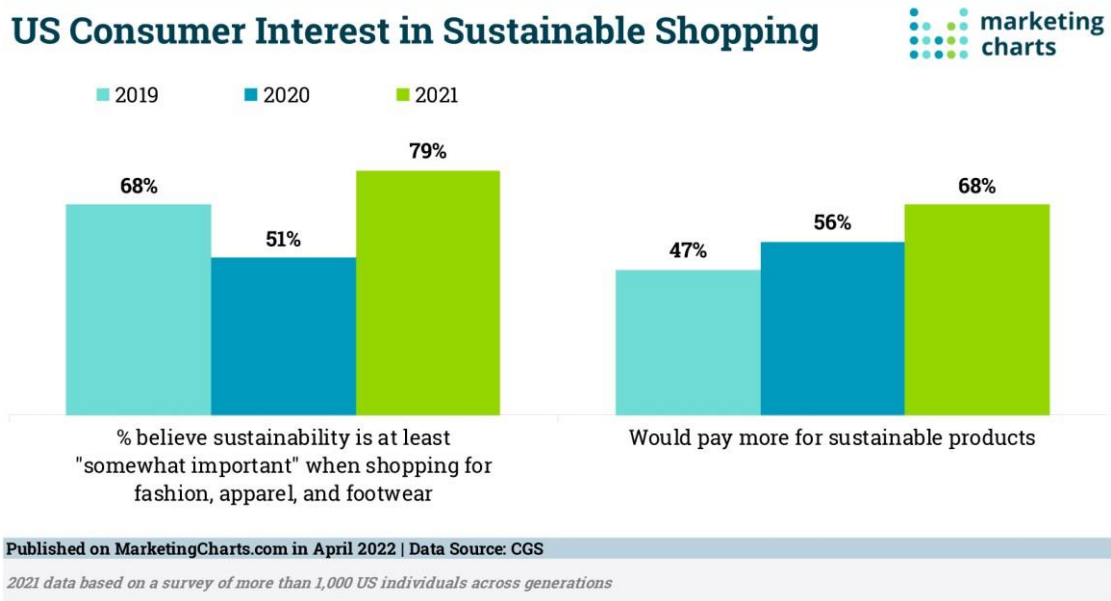
Πηγή: <https://www.statista.com/forecasts/821415/value-of-the-global-apparel-market>

### 7.1.2 Κατάταξη ανά χώρα με βάση τις παγκόσμιες εξαγωγές ενδυμάτων (2020)



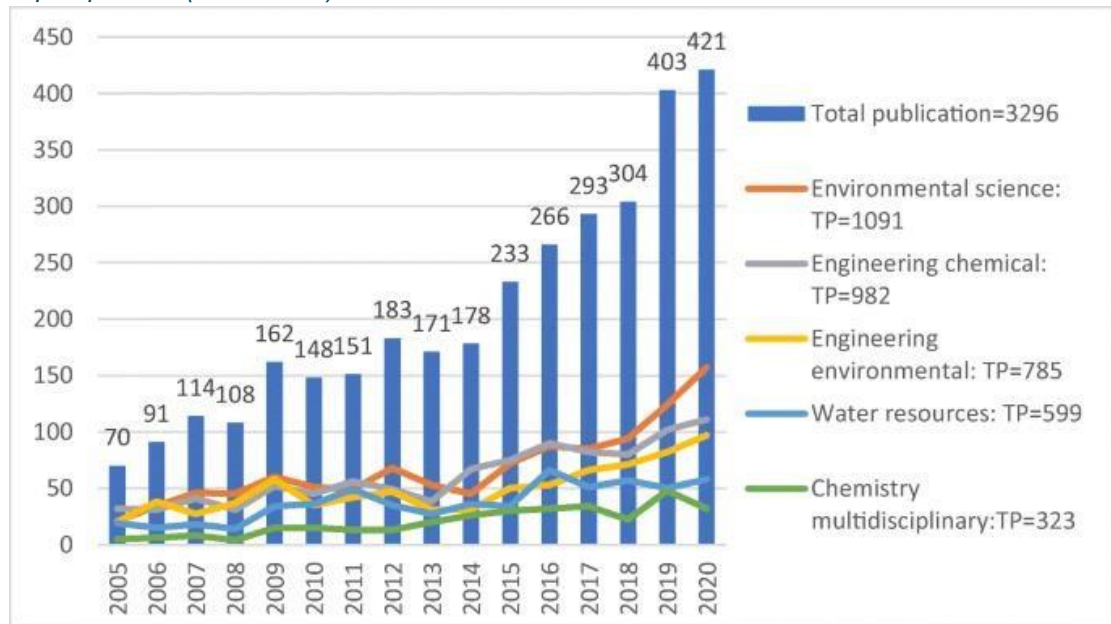
Πηγή: <https://www.statista.com/statistics/1094515/share-of-the-leading-global-textilehttps://www.statista.com/statistics/1094515/share-of-the-leading-global-textile-clothing-by-country/clothing-by-country/>

### 7.1.3 Αναγνώριση σημαντικότητας βιωσιμότητας στη Μόδα από τον καταναλωτή και πρόθεση να πληρώσει παραπάνω για βιώσιμα προϊόντα.



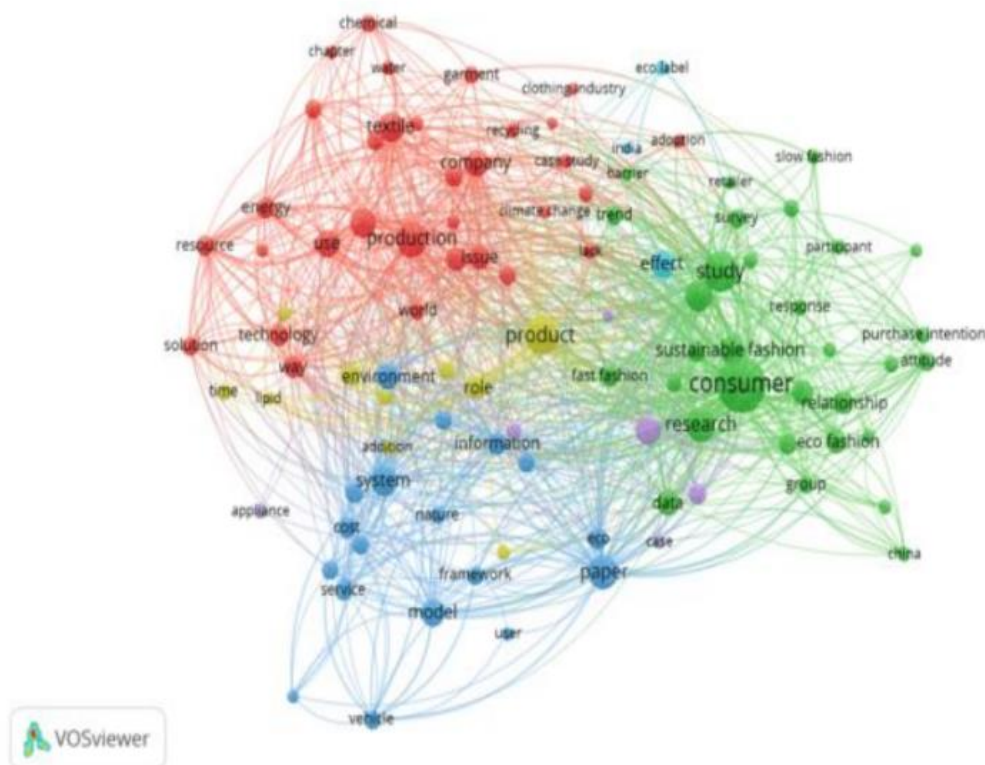
Πηγή: <https://www.marketingcharts.com/brand-related-225659>

7.1.4 Βιβλιομετρική ανάλυση όρων για την ανακύκλωση υφασμάτων στον παγκόσμιο ιστό (2005-2020)



Πηγή: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11356-021-15303-5>

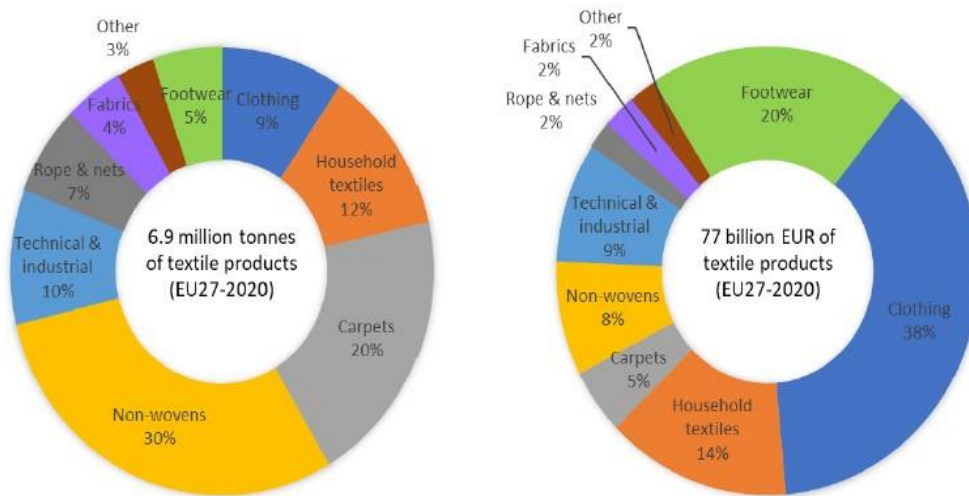
7.1.5 Βιβλιομετρική ανάλυση όρων για την Μόδα 2023



Πηγή: [\(PDF\) A Bibliometric Analysis of Eco-Fashion \(researchgate.net\)](#)

7.1.6 Η Ευρωπαϊκή (E27) παραγωγή υφασμάτων σε εκατομμύρια τόνους και δις ευρώ, 2020

Figure 2.1 EU27 production of textile related products, 2020, in million tonnes and billion EUR



Source: Eurostat [DS-066431]

Πηγή: Eionet Report - ETC/CE 2022/2

7.2 Χάρτες

7.2.1 Η διαδρομή ενός ρούχου από την παραγωγή έως την πώληση (ZARA)

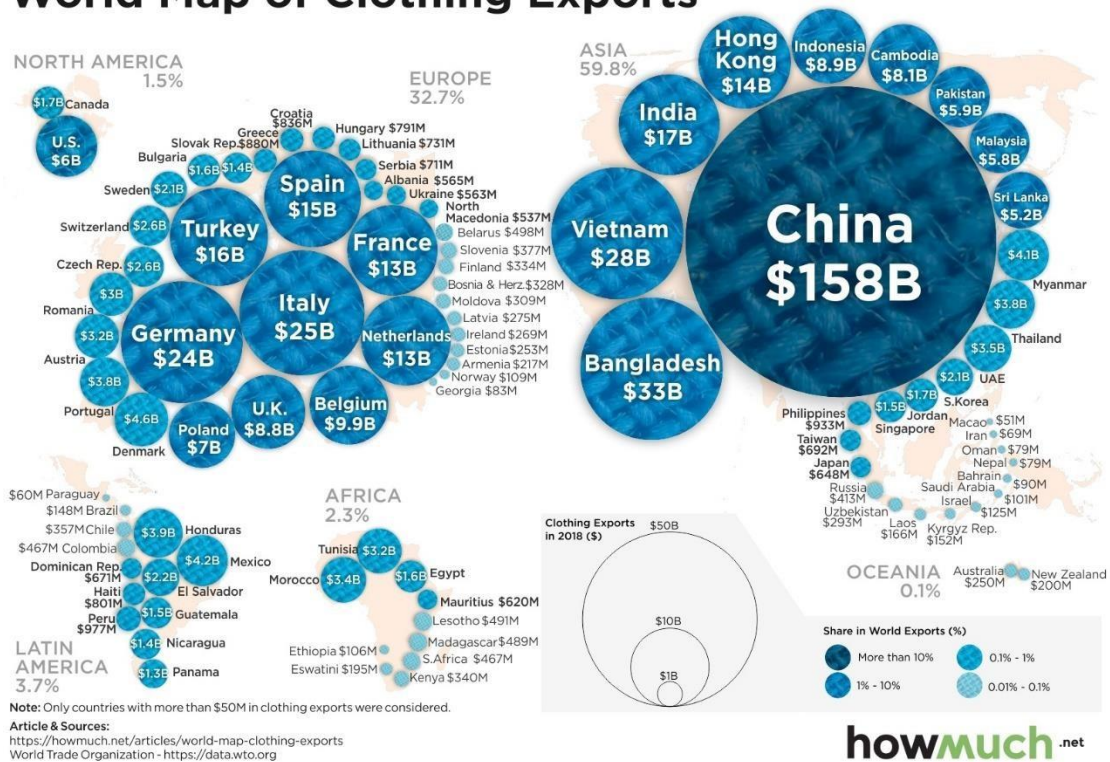
The journey of a single Zara dress



Πηγή: <https://www.bbc.com/news/business-39337204>

7.2.2 Αξία εξαγωγών υφασμάτων ανά χώρα(2018)

### World Map of Clothing Exports



Πηγή: <https://howmuch.net/articles/world-map-clothing-exports>



## Κεφάλαιο 9 : Ανάλυση Δεδομένων

Για την επίτευξη των ερευνητικών στόχων αυτής της εργασίας, αποφασίσαμε να διερευνήσουμε με τη συμπλήρωση ερωτηματολογίων την αίσθηση και τις γνώσεις των καταναλωτών αναφορικά με το αντίκτυπο της βιομηχανίας της μόδας στο περιβάλλον.

Το ερωτηματολόγιο διαμορφώθηκε από 20 ερωτήσεις και διατέθηκε κυρίως ηλεκτρονικά αλλά και με τη διαδικασία της συνέντευξης τηλεφωνικά και πόρτα-πόρτα ώστε να καλύπτει διαφορετικά προφίλ καταναλωτή. Η διαδικασία συλλογής διήρκεσε 6 ημέρες και συνολικά συμπληρώθηκαν και λήφθηκαν υπόψιν 256 ανώνυμες φόρμες. Το δείγμα μας περιλαμβάνει γυναίκες και άνδρες, ανήλικους και ενήλικες, κατοίκους Ελλάδος και εξωτερικού, ανθρώπους από διαφορετικές βαθμίδες εκπαίδευσης και μεγάλο εύρος επαγγελματικών κλάδων και εισοδηματικών μεγεθών.

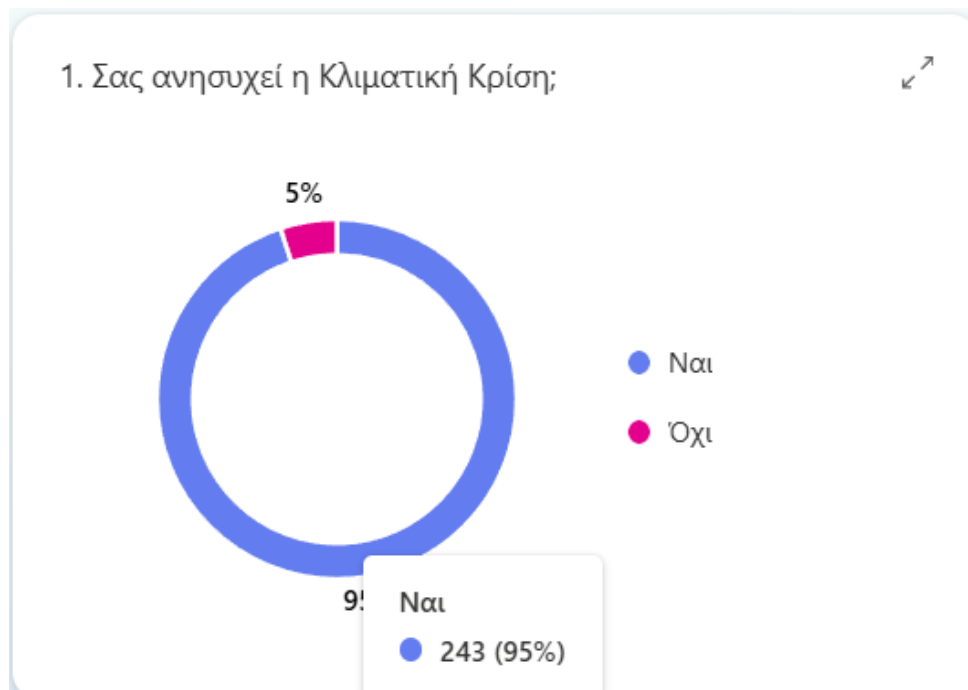
Σκοπός ήταν να διαπιστώσουμε αν οι πολίτες σήμερα είναι ενήμεροι για τις συνέπειες που επιφέρουν οι στυλιστικές τους επιλογές στο Περιβάλλον.

Αυτούσιο το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνεται στο παράρτημα της παρούσας εργασίας. Τα αποτελέσματα των ερωτήσεων που σχετίζονται με ποσοτικές μεταβλητές μετατράπηκαν στην κατάλληλη μορφή και έγινε επεξεργασία μέσω του προγράμματος SPSS IBM και του εργαλείου Excel της σουίτας Microsoft Office.

Από τους διάφορους συνδυασμούς μεταβλητών που έγιναν προέκυψαν ενδιαφέροντα συμπεράσματα τα οποία θα αναλύσουμε παρακάτω. Επιπλέον στοιχεία και στατιστικά της ανάλυσης περιλαμβάνονται επίσης στο παράρτημα της παρούσας εργασίας.

Ενθαρρυντικά είναι τα αποτελέσματα της πρώτης ερώτησης που εισάγει τον καταναλωτή στο νόημα της έρευνας, ερωτώντας αν το άτομο έχει ανησυχίες σχετικά με την Κλιματική Κρίση.

Είναι παρήγορο να βλέπουμε τόσο μεγάλο ποσοστό με αίσθημα ανησυχίας καθώς αυτό ενδεχομένως να παρακινήσει περισσότερα άτομα να δράσουν άμεσα για την αντιμετώπιση και καλύτερη διαχείριση της κατάστασης.



Συνεχίσαμε με 2 ερωτήσεις σχετικές με τους λόγους και τη συχνότητα των αγορών για να συλλέξουμε δεδομένα για τα καταναλωτικά προφίλ των συμμετεχόντων, όπου διαπιστώσαμε ότι το 70% του δείγματος προτεραιοποιεί τις αγορές του για την κάλυψη αναγκών λόγω αλλαγής εποχής ή μεγέθους ή για την αντικατάσταση ρουχισμού που έχει φθαρεί. Το υπόλοιπο 30% περιλαμβάνει απαντήσεις όπως :

- Για να συμβαδίζει το στυλ μου με τις τάσεις της Μόδας
- Γιατί τα ψώνια με χαλαρώνουν
- Γιατί θέλω να έχω πληθώρα επιλογών

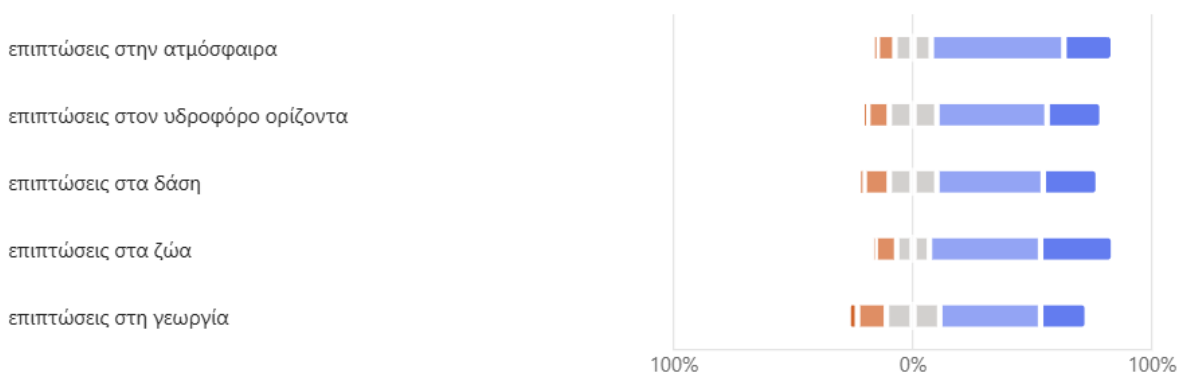
Ιδιαίτερο ενδιαφέρον είχαν οι απαντήσεις στην επόμενη ερώτηση, όπου ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν το μέγεθος των επιπτώσεων της βιομηχανίας αυτής στους στην ατμόσφαιρα, στον υδροφόρο ορίζοντα, στα δάση, στα ζώα και στη γεωργία, καθώς όπως θα δείτε παρακάτω δεν είναι πάντα ορατή η σύνδεση με όλους αυτούς του επιμέρους πυλώνες. Ειδικότερα φαίνεται να υπάρχει μια σύγχυση ως προς τις επιπτώσεις στα δάση και στη γεωργία, παρόλο που το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος έχει επιλέξει την απάντηση αρκετά.

Σίγουρα το ποσοστό που απάντησε ότι η μόδα δεν επιβαρύνει καθόλου, επιβαρύνει λίγο ή ότι δεν επιβαρύνει ούτε λίγο ούτε πολύ, συνολικά είναι αρκετό και μπορούμε να υποθέσουμε με ασφάλεια ότι απαιτείται περαιτέρω εκπαίδευση και ενημέρωση γι' αυτά τα θέματα.

#### 4. Πόσο πιστεύετε ότι επιβαρύνει το Περιβάλλον η Βιομηχανία της Μόδας;

256 Responses

● Καθόλου ● Λίγο ● Ούτε λίγο, ούτε πολύ ● Αρκετά ● Πάρα πολύ

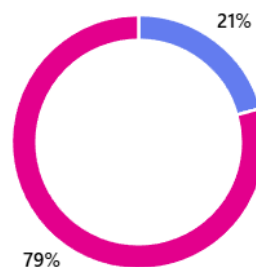


Με τις ερωτήσεις 7 και 8 θέλαμε να ερευνήσουμε αν ο κάδος ανακύκλωσης ρούχων είναι τελικά αναγνωρίσιμος από τους καταναλωτές αλλά και αν αυτό τους έχει απασχολήσει ως προς τον όγκο των απορριμμάτων που προέρχονται από ρουχισμό.

7. Τα ενδύματα που έχουν κατασκευαστεί από υφάσματα που περιέχουν χημικά και παράγωγα ορυκτών καυσίμων μπορεί να χρειαστούν εκατοντάδες χρόνια για να αποσυντεθούν,...

256 Responses

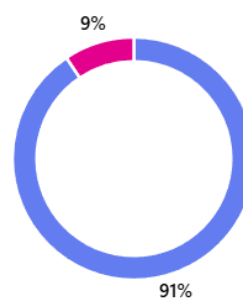
● Ναι 53  
● Όχι 203



8. Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση;

256 Responses

● Ναι 232  
● Όχι 24



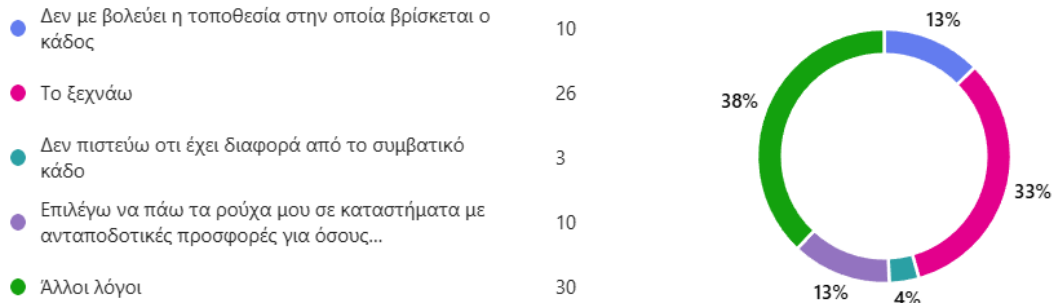
Ενώ λοιπόν είναι ενθαρρυντικό ότι 232 από τους 256 ανθρώπους μας απάντησαν ότι γνωρίζουν τον ειδικό κάδο για την απόρριψη ρούχων, βλέπουμε ότι μόνο το 21% του δείγματος γνώριζε ότι στην ΕΕ κατά μέσο όρο πετιούνται 12 κιλά ρούχων ανά άτομο.

Σημαντικό είναι βέβαια ότι υπάρχει μερίδα κοινού, το 32% του δείγματος, που ενώ γνωρίζει την ύπαρξη του κάδου αυτού, όταν έρθει η ώρα για απόρριψη ρούχων δεν τον επιλέγει.

Ειδικότερα οι λόγοι που επελέγησαν για τη μη χρησιμοποίηση του κάδου από 79 άτομα είναι οι κάτωθι:

10. Αν απαντήσατε ότι δεν χρησιμοποιείτε ποτέ τον ειδικό κάδο ανακύκλωσης ρούχων ενώ γνωρίζετε την ύπαρξή του, παρακαλώ επιλέξτε το λόγο που ταιριάζει περισσότερο στην...

79 Responses



Ως άλλοι λόγοι αναφέρθηκαν οι ανταλλαγές με συγγενικά και φιλικά πρόσωπα και γενικότερα οι δωρεές ρουχισμού αλλά και η χρήση τους στο σπίτι ως πανιά καθαρισμού.

Για τη συνέχεια επιλέξαμε να συσχετίσουμε τις απαντήσεις της ερώτησης 9, για το αν κάποιος γνωρίζει την ύπαρξη του ειδικού κάδου με τις μεταβλητές της ηλικίας και του φύλου, για να δούμε αν μπορούσαμε να εντοπίσουμε κάποια ομάδα με κοινά χαρακτηριστικά για να βγάλουμε συμπεράσματα για όσους γνωρίζουν ή δεν γνωρίζουν για την ανακύκλωση ενδυμάτων. Παρατηρήθηκε ότι η πιο ενημερωμένη ομάδα για την ύπαρξη του κάδου είναι οι γυναίκες μεταξύ 36 και 50 ετών, με ένα σύνολο 84 θετικών απαντήσεων από το σύνολο των 232 της συγκεκριμένης ερώτησης.

Εξαιρετικά ενθαρρυντική ήταν η διαπίστωση ότι και οι 5 ανήλικοι που συμμετείχαν στην έρευνα απάντησαν θετικά στο αν γνωρίζουν την ύπαρξη του κάδου.

**Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε \* Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κώδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση; \* Φύλο Crosstabulation**

Count

Φύλο			Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κώδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση;		Total
			ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΑΝΔΡΑΣ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	18-25	4	1	5
		26-35	14	1	15
		36-50	42	6	48
		>50	9	2	11
		Total	69	10	79
ΓΥΝΑΙΚΑ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	5	0	5
		18-25	2	0	2
		26-35	35	3	38
		36-50	84	8	92
		>50	29	1	30
Total	155	12	167		
ΔΕΝ ΕΠΙΘΥΜΩ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΩ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	26-35	4	0	4
		36-50	4	1	5
		>50	0	1	1
		Total	8	2	10
Total	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	5	0	5
		18-25	6	1	7
		26-35	53	4	57
		36-50	130	15	145
		>50	38	4	42
Total	232	24	256		

Παρακάτω στο ερωτηματολόγιο, τοποθετήσαμε 2 ερωτήσεις για αν εξερευνήσουμε την πρόθεση του αγοραστικού κοινού να επισκεφτεί καταστήματα με ρουχισμό από δεύτερο χέρι αλλά και αν κάποιος είναι διατεθειμένος να πληρώσει περισσότερα για ένα ρούχο, που η διαδικασία παραγωγής του θα είναι πιστοποιημένα φιλική προς το περιβάλλον. Διαπιστώνουμε ότι ο κύριος όγκος των απαντήσεων συγκεντρώνεται από το μέσο της κλίμακας και πάνω, με όσους είναι ιδιαίτερα θετικοί ( κλίμακα 8, 9, 10 ) να φτάνουν τους 83 από σύνολο 256, σε ποσοστό δηλαδή 32,1% οι ερωτηθέντες θα πλήρωναν σίγουρα παραπάνω για ένα τέτοιο ένδυμα. 55 από τις 256 περιπτώσεις είναι δήλωσαν πως είναι αρνητικοί στο να πληρώσουν παραπάνω, διαμορφώνοντας το ποσοστό αυτό σε 21,4%. Οι υπόλοιπες 118 περιπτώσεις επέλεξαν τις κλίμακες 4-7, που ερμηνεύονται ως θετική αλλά λιγότερο δυναμική πρόθεση, συμπληρώνοντας το δείγμα μας στο 100%

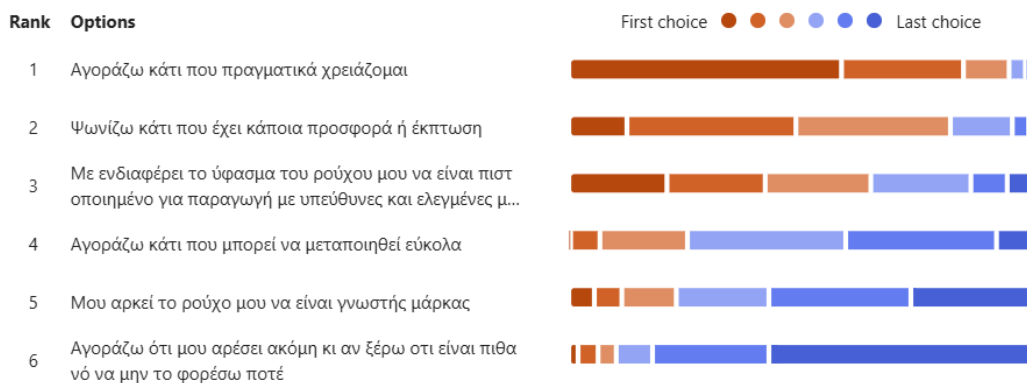
**Πόσο διατεθειμένοι είστε να πληρώσετε παραπάνω για ένα ρούχο, αν γνωρίζετε ότι ο σχεδιασμός και η παραγωγή του έγιναν με κριτήρια φιλικά για το Περιβάλλον;**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	6	2,3	2,3	2,3
	1	8	3,1	3,1	5,5
	2	14	5,5	5,5	10,9
	3	9	3,5	3,5	14,5
	4	18	7,0	7,0	21,5
	5	32	12,5	12,5	34,0
	6	38	14,8	14,8	48,8
	7	48	18,8	18,8	67,6
	8	52	20,3	20,3	87,9
	9	12	4,7	4,7	92,6
	10	19	7,4	7,4	100,0
Total		256	100,0	100,0	

Κλείνοντας, θα σταθούμε σε μια ερώτηση με ποιοτικές μεταβλητές, ζητήσαμε από τους ερωτηθέντες, να ταξινομήσουν τις παρακάτω προτάσεις σύμφωνα με τα κριτήρια που διέπουν τις δικές τους επιλογές.

6. Ταξινομήστε τις παρακάτω προτάσεις με βάση τις προτεραιότητες που έχετε όταν ψωνίζετε

256 Responses



Σημαντικό είναι ότι στην πρώτη θέση οι καταναλωτές έχουν κατατάξει την επιλογή : αγοράζω κάτι που πραγματικά χρειάζομαι. Σε συνδυασμό μάλιστα με την πρόταση που βρέθηκε στην τελευταία θέση : αγοράζω ότι μου αρέσει ακόμη κι αν ξέρω ότι είναι πιθανό να μην το φορέσω ποτέ, εγείρονται ελπίδες ότι οδεύουμε σε μια εποχή που ο καταναλωτής θα είναι ενημερωμένος και ευαίσθητος.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### Ερωτηματολόγιο

#### Περιβαλλοντικές επιπτώσεις από τη βιομηχανία της Μόδας - ο ρόλος του Καταναλωτή

Το κάτωθι **ανώνυμο** ερωτηματολόγιο σας αποστέλλεται στο πλαίσιο εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας "Βιομηχανία της Μόδας - οι επιπτώσεις στο Περιβάλλον" του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Κλιματική Κρίση και Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών», προκειμένου να ερευνηθεί η κατανόηση των επιπτώσεων αυτών από τους καταναλωτές και το πως σχετίζονται με τις αγοραστικές επιλογές τους.

Οι απαντήσεις και η επεξεργασία των δεδομένων που θα συλλεχθούν, θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.

Η διάρκεια συμπλήρωσης είναι περίπου 3 λεπτά.

Στοιχεία ερευνήτριας : Ουρανία Πιέρρου (raniapierrou@gmail.com)

Σας ευχαριστώ πολύ !

1

Σας ανησυχεί η Κλιματική Κρίση;

- Ναι
- Όχι

2

Για ποιους λόγους αγοράζετε ενδύματα (ρούχα, παπούτσια, τσάντες, αξεσουάρ); Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις. \*

- Για την κάλυψη αναγκών λόγω αλλαγής εποχής ή μεγέθους
- Για να αντικαταστήσω ρουχισμό που έχει φθαρεί
- Για να συμβαδίζει το στυλ μου με τις τάσεις της Μόδας

- Γιατί με χαλαρώνουν τα ψώνια
- Για να έχω πληθώρα επιλογών

3

Πόσο συχνά ψωνίζετε ρουχισμό και αξεσουάρ; \*

- Κάθε εβδομάδα
- Μερικές φορές το μήνα
- 3- 4 φορές το χρόνο
- Κάθε φορά που χρειάζομαι κάτι
- Σπάνια

4

Πόσο πιστεύετε ότι επιβαρύνει το Περιβάλλον η Βιομηχανία της Μόδας; \*

	Καθόλου	Λίγο	Ούτε λίγο, ούτε πολύ	Αρκετά	Πάρα πολύ
επιπτώσεις στην ατμόσφαιρα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
επιπτώσεις στον υδροφόρο ορίζοντα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
επιπτώσεις στα δάση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
επιπτώσεις στα ζώα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
επιπτώσεις στη γεωργία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5

Πόσο σας ενδιαφέρει αν η διαδικασία παραγωγής των ενδυμάτων που επιλέγετε είναι φιλική προς το Περιβάλλον; \*

Καθόλου	Με ενδιαφέρει λίγο	Ούτε λίγο, ούτε πολύ	Με ενδιαφέρει πολύ	Με ενδιαφέρει απόλυτα
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6

Ταξινομήστε τις παρακάτω προτάσεις με βάση τις προτεραιότητες που έχετε όταν ψωνίζετε \*

Με ενδιαφέρει το ύφασμα του ρούχου μου να είναι πιστοποιημένο για παραγωγή με υπεύθυνες και ελεγμένες μεθόδους
Μου αρκεί το ρούχο μου να είναι γνωστής μάρκας
Αγοράζω κάτι που πραγματικά χρειάζομαι
Ψωνίζω κάτι που έχει κάποια προσφορά ή έκπτωση
Αγοράζω κάτι που μπορεί να μεταποιηθεί εύκολα
Αγοράζω ότι μου αρέσει ακόμη κι αν ξέρω ότι είναι πιθανό να μην το φορέσω ποτέ



7

Τα ενδύματα που έχουν κατασκευαστεί από υφάσματα που περιέχουν χημικά και παράγωγα ορυκτών καυσίμων μπορεί να χρειαστούν εκατοντάδες χρόνια για να αποσυντεθούν, μολύνοντας το έδαφος.

Γνωρίζετε ότι στην Ευρώπη κάθε χρόνο πετιούνται 12 κιλά ρούχων ανά άτομο; \*

- Ναι
- Όχι

8

Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση; \*



- Ναι
- Όχι

9

Αν απαντήσατε Ναι στην προηγούμενη ερώτηση, παρακαλώ πείτε μας πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τον κάδο ανακύκλωσης ρούχων αντί να τα πετάξετε απλώς στα σκουπίδια.

- Κάθε φορά που έχω να πετάξω κάτι από τα αποδεκτά είδη
- Δεν τον χρησιμοποιώ ποτέ

⋮

10

Αν απαντήσατε ότι δεν χρησιμοποιείτε ποτέ τον ειδικό κάδο ανακύκλωσης ρούχων ενώ γνωρίζετε την ύπαρξή του, παρακαλώ επιλέξτε το λόγο που ταιριάζει περισσότερο στην επιλογή σας.

- Δεν με βολεύει η τοποθεσία στην οποία βρίσκεται ο κάδος
- Το ξεχνάω
- Δεν πιστεύω ότι έχει διαφορά από το συμβατικό κάδο
- Επιλέγω να πάω τα ρούχα μου σε καταστήματα με ανταποδοτικές προσφορές για όσους ανακυκλώνουν
- Άλλοι λόγοι

11

Τα τελευταία χρόνια γνωρίζουν άνηση τα καταστήματα που πωλούν ρούχα από δεύτερο χέρι. Πόσο πιθανό είναι να προτιμήσετε καταστήματα Second hand ή Vintage για να είναι οι αγορές σας πιο βιώσιμες; \*

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Καθόλου πιθανό

Πάρα πολύ πιθανό

12

Πόσο διατεθειμένοι είστε να πληρώσετε παραπάνω για ένα ρούχο, αν γνωρίζετε ότι ο σχεδιασμός και η παραγωγή του έγιναν με κριτήρια φιλικά για το Περιβάλλον; \*

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Καθόλου διατεθειμένος

Απολύτως διατεθειμένος

13

Αν απαντήσατε ότι μάλλον θα πληρώνατε παραπάνω για ένα ένδυμα φιλικότερο στο περιβάλλον, παρακαλώ αναφέρατε πόσο τοις εκατό επιπλέον από τα ποσά που διαθέτετε σήμερα για ψώνια θα μπορούσατε να πληρώσετε.

- 1-20%
- 21-40%
- 41-60%
- πάνω από 61%

14

Θα θέλατε να αναγράφεται το περιβαλλοντικό αντίκτυπο των ρούχων που αγοράζετε στην ετικέτα, ώστε να το συνυπολογίζετε στις αγορές σας; \*

- Ναι
- Όχι

15

Φύλο \*

- Γυναίκα
- Άνδρας
- Άλλο
- Δεν επιθυμώ να απαντήσω

16

Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε \*

- κάτω των 18
- 18 - 25
- 26 - 35
- 36 - 50
- άνω των 50

17

Μορφωτικό επίπεδο \*

- Δημοτικό / Γυμνάσιο
- Λύκειο
- ΙΕΚ
- ΑΕΙ / ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακό
- Διδακτορικό

18

Επαγγελματική κατάσταση \*

- Μαθητής / Σπουδαστής
- Άνεργος
- Εργαζόμενος
- Συνταξιούχος
- Άλλο

19

Ατομικό μικτό εισόδημα (€) \*

- <10.000
- 10.001 - 20.000
- 20.001 - 30.000
- 30.001 - 40.000
- > 40.000

20

Χώρα κατοικίας \*

Ελλάδα

Εξωτερικό

Πίνακες και διαγράμματα από την ανάλυση δεδομένων μέσω SPSS

		Ατομικό μικό εισόδημα (€)				
		<10000 Count	10000-20000 Count	20000-30000 Count	30000-40000 Count	>40000 Count
Ανησυχείτε για την κλιματική κρίση?	Ναι	38	92	64	32	17
	Όχι	5	4	2	0	2

		Ατομικό μικό εισόδημα (€)				
		<10000 Count	10000-20000 Count	20000-30000 Count	30000-40000 Count	>40000 Count
Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση;	Ναι	42	84	59	31	16
	Όχι	1	12	7	1	3

		Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε				
		<18 Count	18-25 Count	26-35 Count	36-50 Count	>50 Count
Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση;	Ναι	5	6	53	130	38
	Όχι	0	1	4	15	4

### Correlations

		Ατομικό μικτό εισόδημα (€)	Φύλο	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΩΝ
Ατομικό μικτό εισόδημα (€)	Pearson Correlation	1	-0,113	-0,084
	Sig. (2-tailed)		0,070	0,178
	N	256	256	256
Φύλο	Pearson Correlation	-0,113	1	-0,112
	Sig. (2-tailed)	0,070		0,074
	N	256	256	256
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΩΝ	Pearson Correlation	-0,084	-0,112	1
	Sig. (2-tailed)	0,178	0,074	
	N	256	256	256

### ANOVA

ΑΝΗΣΥΧΙΑ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,430	5	0,286	6,552	0,000
Within Groups	10,910	250	0,044		
Total	12,340	255			

### ANOVA Effect Sizes<sup>a</sup>

		Point Estimate	95% Confidence Interval	
			Lower	Upper
ΑΝΗΣΥΧΙΑ	Eta-squared	0,116	0,039	0,178
	Epsilon-squared	0,098	0,020	0,161
	Omega-squared Fixed-effect	0,098	0,020	0,161
	Omega-squared Random-effect	0,021	0,004	0,037

a. Eta-squared and Epsilon-squared are estimated based on the fixed-effect model.

### Case Processing Summary

	Included		Cases Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ποσοστό αύξησης τιμής	220	85,9%	36	14,1%	256	100,0%

**Πόσο διατεθειμένοι είστε να πληρώσετε παραπάνω για ένα ρούχο, αν γνωρίζετε ότι ο σχεδιασμός και η παραγωγή του έγιναν με κριτήρια φιλικά για το Περιβάλλον;**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	6	2,3	2,3	2,3
	1	8	3,1	3,1	5,5
	2	14	5,5	5,5	10,9
	3	9	3,5	3,5	14,5
	4	18	7,0	7,0	21,5
	5	32	12,5	12,5	34,0
	6	38	14,8	14,8	48,8
	7	48	18,8	18,8	67,6
	8	52	20,3	20,3	87,9
	9	12	4,7	4,7	92,6
	10	19	7,4	7,4	100,0
Total	256	100,0	100,0		

### Φύλο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΝΔΡΑΣ	79	30,9	30,9	30,9
	ΓΥΝΑΙΚΑ	167	65,2	65,2	96,1
	ΔΕΝ ΕΠΙΘΥΜΩ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΩ	10	3,9	3,9	100,0
	Total	256	100,0	100,0	

### Ατομικό μικτό εισόδημα (€)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<10000	43	16,8	16,8	16,8
	10000-20000	96	37,5	37,5	54,3
	20000-30000	66	25,8	25,8	80,1
	30000-40000	32	12,5	12,5	92,6
	>40000	19	7,4	7,4	100,0
	Total	256	100,0	100,0	

**Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<18	5	2,0	2,0	2,0
	18-25	7	2,7	2,7	4,7
	26-35	57	22,3	22,3	27,0
	36-50	145	56,6	56,6	83,6
	>50	42	16,4	16,4	100,0
	Total	256	100,0	100,0	

### Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ποσοστό αύξησης τιμής *	220	85,9%	36	14,1%	256	100,0%
Φύλο						

## ποσοστό αύξησης τιμής \* Φύλο Crosstabulation

Count

		Φύλο			Total
		ΑΝΔΡΑΣ	ΓΥΝΑΙΚΑ	ΔΕΝ ΕΠΙΘΥΜΩ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΩ	
ποσοστό αύξησης τιμής	1-20%	51	94	4	149
	21-40%	8	48	2	58
	41-60%	1	8	1	10
	>60%	1	2	0	3
Total		61	152	7	220

## Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε \* ποσοστό αύξησης τιμής \* Φύλο Crosstabulation

Count

Φύλο			ποσοστό αύξησης τιμής				Total
			1-20%	21-40%	41-60%	>60%	
ΑΝΔΡΑΣ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	18-25	3	0	0	0	3
		26-35	11	1	0	1	13
		36-50	31	6	1	0	38
		>50	6	1	0	0	7
	Total		51	8	1	1	61
ΓΥΝΑΙΚΑ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	1	4	0	0	5
		18-25	2	0	0	0	2
		26-35	18	9	1	1	29
		36-50	52	28	6	1	87
	>50	21	7	1	0	29	
Total		94	48	8	2	152	
ΔΕΝ ΕΠΙΘΥΜΩ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΩ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	26-35	2	1	1		4
		36-50	2	1	0		3
	Total		4	2	1		7
Total	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	1	4	0	0	5
		18-25	5	0	0	0	5
		26-35	31	11	2	2	46
		36-50	85	35	7	1	128
	>50	27	8	1	0	36	
Total		149	58	10	3	220	



**Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε \* Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση; \* Φύλο Crosstabulation**

Count

Φύλο			Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση;		Total
			ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΑΝΔΡΑΣ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	18-25	4	1	5
		26-35	14	1	15
		36-50	42	6	48
		>50	9	2	11
		Total	69	10	79
ΓΥΝΑΙΚΑ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	5	0	5
		18-25	2	0	2
		26-35	35	3	38
		36-50	84	8	92
		>50	29	1	30
Total	155	12	167		
ΔΕΝ ΕΠΙΘΥΜΩ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΩ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	26-35	4	0	4
		36-50	4	1	5
		>50	0	1	1
		Total	8	2	10
Total	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	5	0	5
		18-25	6	1	7
		26-35	53	4	57
		36-50	130	15	145
		>50	38	4	42
Total	232	24	256		

### Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε * ποσοστό αύξησης τιμής * Φύλο	220	85,9%	36	14,1%	256	100,0%
Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε * ποσοστό αύξησης τιμής * Μορφωτικό επίπεδο	220	85,9%	36	14,1%	256	100,0%
Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε * Γνωρίζετε οτι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση; * Φύλο	256	100,0%	0	0,0%	256	100,0%
Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε * Γνωρίζετε οτι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση; * Μορφωτικό επίπεδο	256	100,0%	0	0,0%	256	100,0%

**Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε \* ποσοστό αύξησης τιμής \* Φύλο Crosstabulation**

Count

Φύλο			ποσοστό αύξησης τιμής				Total
			1-20%	21-40%	41-60%	>60%	
ΑΝΔΡΑΣ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	18-25	3	0	0	0	3
		26-35	11	1	0	1	13
		36-50	31	6	1	0	38
		>50	6	1	0	0	7
	Total		51	8	1	1	61
ΓΥΝΑΙΚΑ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	1	4	0	0	5
		18-25	2	0	0	0	2
		26-35	18	9	1	1	29
		36-50	52	28	6	1	87
	>50	21	7	1	0	29	
Total		94	48	8	2	152	
ΔΕΝ ΕΠΙΘΥΜΩ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΩ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	26-35	2	1	1		4
		36-50	2	1	0		3
	Total		4	2	1		7
Total	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	1	4	0	0	5
		18-25	5	0	0	0	5
		26-35	31	11	2	2	46
		36-50	85	35	7	1	128
	>50	27	8	1	0	36	
Total		149	58	10	3	220	

**Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε \* ποσοστό αύξησης τιμής \* Μορφωτικό επίπεδο Crosstabulation**

Count

Μορφωτικό επίπεδο			ποσοστό αύξησης τιμής				Total
			1-20%	21-40%	41-60%	>60%	
ΔΗΜΟΤΙΚΟ/ΓΥΜΝΑΣΙΟ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	1				1
		36-50	1				1
		Total	2				2
ΛΥΚΕΙΟ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	0	4	0		4
		36-50	3	2	1		6
		>50	4	5	0		9
		Total	7	11	1		19
ΙΕΚ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	26-35	2	0	0		2
		36-50	8	3	1		12
		>50	3	0	0		3
		Total	13	3	1		17
ΑΕΙ/ΤΕΙ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	18-25	4	0	0		4
		26-35	15	5	0		20
		36-50	34	13	2		49
		>50	18	3	1		22
		Total	71	21	3		95
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	18-25	1	0	0	0	1
		26-35	12	6	2	2	22
		36-50	37	15	3	1	56
		>50	2	0	0	0	2
		Total	52	21	5	3	81
ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	26-35	2	0			2
		36-50	2	2			4
		Total	4	2			6
Total	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	1	4	0	0	5
		18-25	5	0	0	0	5
		26-35	31	11	2	2	46
		36-50	85	35	7	1	128
		>50	27	8	1	0	36
		Total	149	58	10	3	220

**Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε \* Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση; \* Φύλο Crosstabulation**

Count

Φύλο			Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση;		Total
			ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΑΝΔΡΑΣ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	18-25	4	1	5
		26-35	14	1	15
		36-50	42	6	48
		>50	9	2	11
		Total	69	10	79
ΓΥΝΑΙΚΑ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	5	0	5
		18-25	2	0	2
		26-35	35	3	38
		36-50	84	8	92
		>50	29	1	30
Total	155	12	167		
ΔΕΝ ΕΠΙΘΥΜΩ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΩ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	26-35	4	0	4
		36-50	4	1	5
		>50	0	1	1
		Total	8	2	10
Total	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	5	0	5
		18-25	6	1	7
		26-35	53	4	57
		36-50	130	15	145
		>50	38	4	42
Total	232	24	256		

**Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε \* Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση; \* Μορφωτικό επίπεδο Crosstabulation**

Count

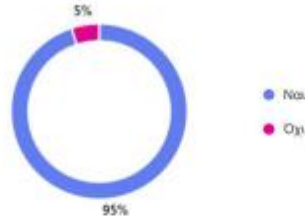
Μορφωτικό επίπεδο			Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση;		Total
			ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΔΗΜΟΤΙΚΟ/ΓΥΜΝΑΣΙΟ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	1		1
		36-50	2		2
		Total	3		3
ΛΥΚΕΙΟ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	4	0	4
		18-25	0	1	1
		36-50	6	1	7
		>50	11	2	13
		Total	21	4	25
ΙΕΚ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	26-35	3		3
		36-50	13		13
		>50	3		3
		Total	19		19
ΑΕΙ/ΤΕΙ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	18-25	5	0	5
		26-35	23	1	24
		36-50	47	8	55
		>50	23	1	24
		Total	98	10	108
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	18-25	1	0	1
		26-35	25	3	28
		36-50	57	6	63
		>50	1	1	2
		Total	84	10	94
ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	26-35	2		2
		36-50	5		5
		Total	7		7
Total	Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε	<18	5	0	5
		18-25	6	1	7
		26-35	53	4	57
		36-50	130	15	145
		>50	38	4	42
		Total	232	24	256

Στατιστικά ερωτηματολογίου

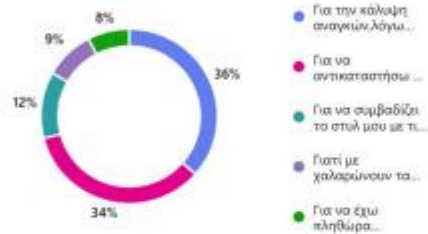
## Responses Overview Closed



1. Σας ανησυχεί η Κλιματική Κρίση;



2. Για ποιους λόγους αγοράζετε ενδύματα (ρούχα, παπούτσια, τσάντες, αξεσουάρ); Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις.



3. Πόσο συχνά ψωνίζετε ρουχισμό και αξεσουάρ;



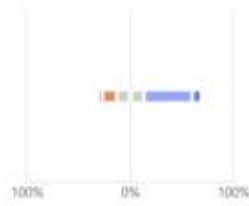
4. Πόσο πιστεύετε ότι επιβαρύνει το Περιβάλλον η Βιομηχανία της Μόδας;

● Καθόλου ● Λίγο ● Ούτε λίγο, ούτε πολύ ● Αρκετά ● Πάρα πολύ



5. Πόσο σας ενδιαφέρει αν η διαδικασία παραγωγής των ενδυμάτων που επιλέγετε είναι φιλική προς το Περιβάλλον;

- Καθόλου
- Με ενδιαφέρει λίγο
- Ούτε λίγο, ούτε πολύ
- Με ενδιαφέρει πολύ
- Με ενδιαφέρει απόλυτα

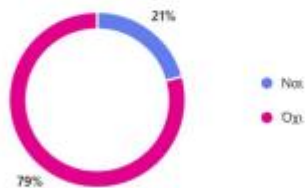


6. Ταξινομήστε τις παρακάτω προτάσεις με βάση τις προτεραιότητες που έχετε όταν ψωνίζετε

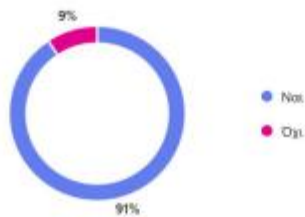


7. Τα ενδύματα που έχουν κατασκευαστεί από υφάσματα που περιέχουν χημικά και παράγωγα ορυκτών καυσίμων μπορεί να χρειαστούν εκατοντάδες χρόνια για να αποσυντεθούν, μολύνοντας το έδαφος.

Γνωρίζετε ότι στην Ευρώπη κάθε χρόνο πετούνται 12 κιλιά ρούχων ανά άτομο;

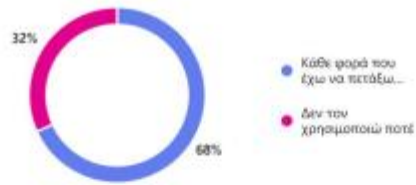


8. Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κώδικας για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση;





9. Αν απαντήσατε Ναι στην προηγούμενη ερώτηση, παρακαλώ πείτε μας πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τον κώδο ανασκύκλωσης ρούχων αντί να τα πετάξετε απλώς στα σκουπίδια.



10. Αν απαντήσατε ότι δεν χρησιμοποιείτε ποτέ τον ειδικό κώδο ανασκύκλωσης ρούχων ενώ γνωρίζετε την ύπαρξή του, παρακαλώ επιλέξτε το λόγο που ταιριάζει περισσότερο στην επιλογή σας.



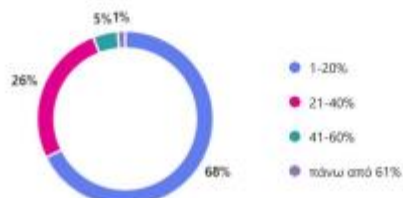
11. Τα τελευταία χρόνια γνωρίζουν άθρηση τα καταστήματα που πωλούν ρούχα από δεύτερο χέρι. Πόσο πιθανό είναι να προτιμήσετε καταστήματα Second hand ή Vintage για να είναι οι αγορές σας πιο βιώσιμες;



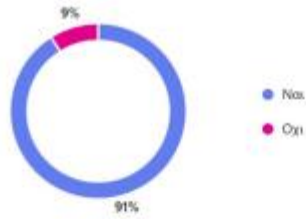
12. Πόσο διατεθειμένοι είστε να πληρώσετε παραπάνω για ένα ρούχο, αν γνωρίζετε ότι ο σχεδιασμός και η παραγωγή του έγιναν με κριτήρια φιλικά για το Περιβάλλον;



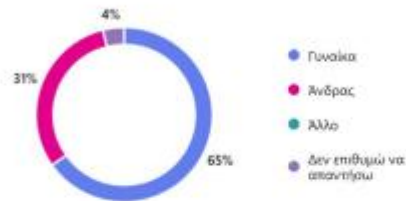
13. Αν απαντήσατε ότι μάλλον θα πληρώνατε παραπάνω για ένα ένδυμα φιλικότερο στο περιβάλλον, παρακαλώ αναφέρατε πόσο τσις εκατό επιπλέον από τα ποσά που διαθέτετε σήμερα για ψώνια θα μπορούσατε να πληρώσετε.



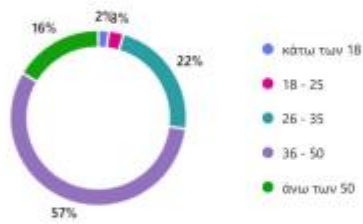
14. Θα θέλατε να αναγράφεται το περιβαλλοντικό αντίκτυπο των ρούχων που αγοράζετε στην ετικέτα, ώστε να το συνοπλογίζετε στις αγορές σας



15. Φύλο



16. Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε



17. Μορφωτικό επίπεδο



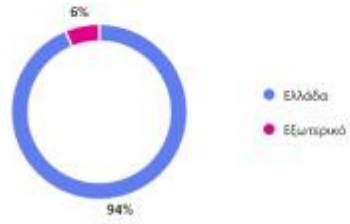
18. Επαγγελματική κατάσταση



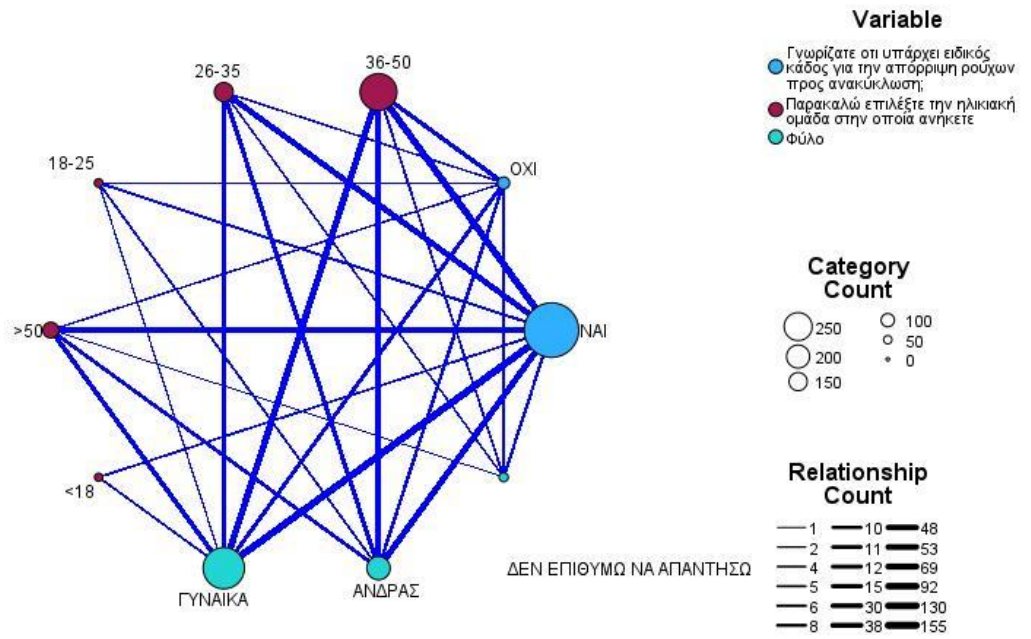
19. Ατομικό μιστό εισόδημα (€)



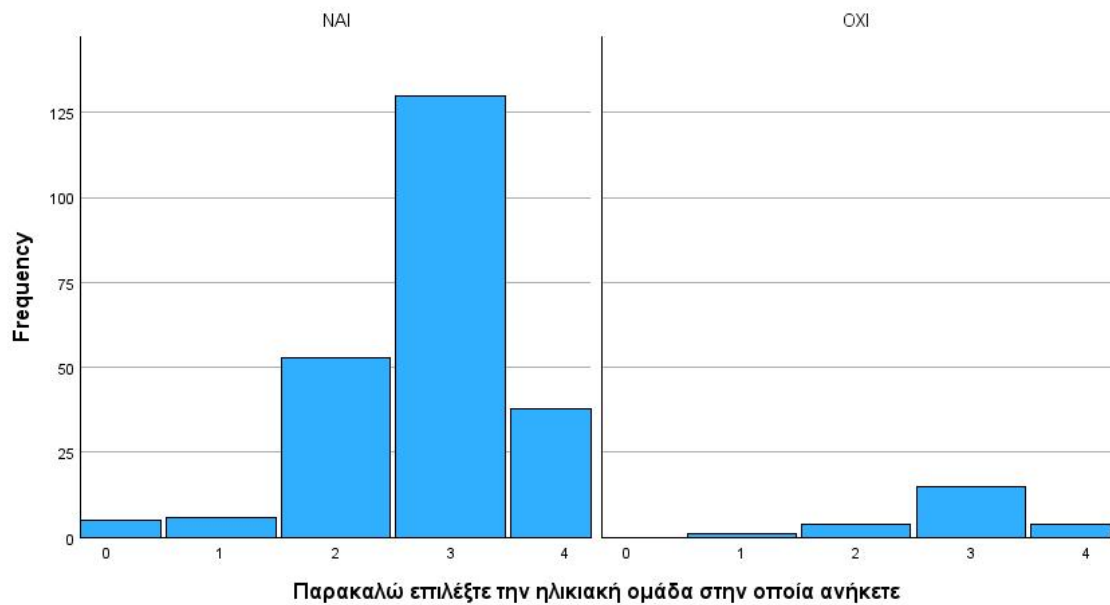
20. Χώρα κατοικίας



### Relationship Map

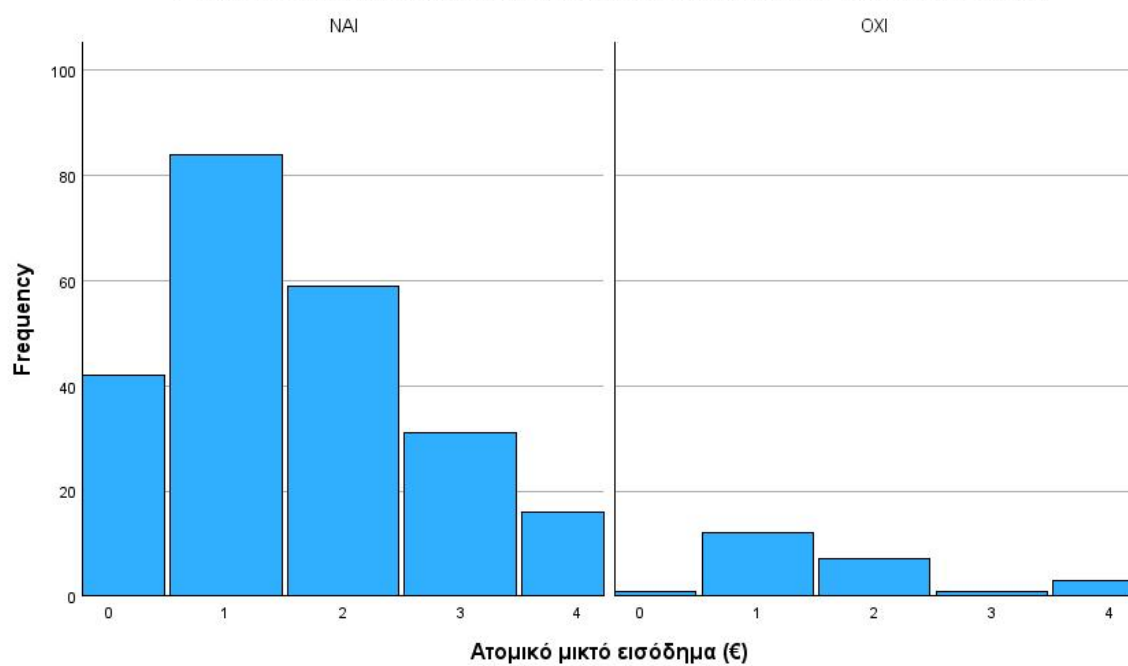


Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση;





Γνωρίζετε ότι υπάρχει ειδικός κάδος για την απόρριψη ρούχων προς ανακύκλωση;



## Συμπεράσματα

Οι επιπτώσεις της βιομηχανίας της Μόδας στο περιβάλλον είναι έντονες και σημαντικές και πρέπει να γίνει προσπάθεια για τον περιορισμό τους.

Οι εκλυόμενες ποσότητες αερίων κατέχουν μεγάλο ποσοστό στην παγκόσμια ταξινόμηση εκπομπών αερίων θερμοκηπίου και ως εκ τούτου πρέπει να γίνει μετάβαση της βιομηχανίας σε ενέργεια παραγόμενη από ΑΠΕ.

Οι ποσότητες νερού που καταναλώνονται από την κλωστοϋφαντουργική παραγωγική διαδικασία είναι τέτοιες που θα μπορούσαν να ξεδιψάσουν ολόκληρες χώρες. Καθώς επηρεάζεται το πραγματικό απόθεμα νερού του πλανήτη θα πρέπει να εξορθολογιστούν άμεσα οι καταναλώσεις και να εδραιωθεί τεχνολογία και τεχνογνωσία για την ανακύκλωση και επανάχρηση αυτού του πόρου.

Νέες πρακτικές πρέπει να υιοθετηθούν και από τους καταναλωτές : πλένω τα ρούχα μου μόνο όταν είναι πραγματικά βρώμικα, αγοράζω ότι χρειάζομαι και όχι ότι είναι φθινό, κρατάω τα ρούχα μου περισσότερο και δεν τα πετάω για να πάρω καινούρια, επιδιορθώνω τυχόν φθορές ή κάνω μετατροπές για να ανανεώσω ένα ένδυμα και να το χρησιμοποιήσω περισσότερο.

Η βιωσιμότητα στη Μόδα δεν πρέπει να αντιμετωπιστεί σαν μια τάση που σε λίγο καιρό θα ξεπεραστεί.

Υπάρχουν βιώσιμες λύσεις για την παραγωγή οργανικών υφασμάτων που μπορούν να αντικαταστήσουν το συμβατικό βαμβάκι που είναι μια απαιτητική καλλιέργεια σε πρωτογενές αλλά και δευτερογενές επίπεδο.

Η καινοτομία στον τομέα των υφασμάτων μας έχει δώσει ήδη πολλά προϊόντα με βάση φυτά και απορρίμματα που προσομοιάζουν το δέρμα και την γούνα των ζώων. Η διάδοση στη χρήση τους θα βοηθήσει και στην επίλυση των ηθικών ζητημάτων που εγείρονται από την εκτροφή και το σφαγιασμό τόσων εκατομμυρίων ζώων ετησίως αλλά θα δώσει και λύση στο πρόβλημα της αυξητικής τάσης που παρουσιάζει το μεθάνιο λόγω της εκτεταμένης κτηνοτροφίας.

Ομοίως, οι νέες τεχνολογίες ανοίγουν το δρόμο για τον περιορισμό της αποψίλωσης των δασών για την εκμετάλλευση του ξύλου όπως και της εξόρυξης ορυκτών καυσίμων για την παραγωγή συνθετικών υφασμάτων.

Η ιχνηλασιμότητα πρέπει να εδραιωθεί σε όλη την παραγωγική διαδικασία με τη βοήθεια τεχνολογίας.

Η βιωσιμότερη στρατηγική που μπορεί να ακολουθήσει κάποιος είναι να χρησιμοποιήσει όλα τα ενδύματα που ήδη έχει στην ντουλάπα του και να μην αγοράσει άλλα.

Η κυκλική προσέγγιση είναι το μέλλον της Μόδας καθώς οδηγείται από την επανάχρηση.

Το να παράγεις προϊόντα Μόδας τηρώντας το πλαίσιο για την προστασία του περιβάλλοντος είναι μεγάλη πρόκληση αλλά οι εταιρείες φαίνεται να αποδέχονται ότι δεν υπάρχει άλλη επιλογή.

Είναι σημαντικό οι καταναλωτές να εξοικειωθούν με όλες τις παραπάνω έννοιες αλλά και με το να διαβάζουν ετικέτες ρούχων ώστε να είναι σε θέση να κάνουν βιώσιμες επιλογές αλλά και να ελέγχουν αν αυτό που αγοράζουν έχει παραχθεί με ουσιώδη προσέγγιση ή πρόκειται

απλά για τεχνάσματα μάρκετινγκ. Επιπλέον αν ο καταναλωτής δεν έχει οικολογική συνείδηση δεν μπορεί να του την επιβάλλει η βιομηχανία Μόδας.

Είναι απαραίτητη η εκπαίδευση των καταναλωτών σχετικά με το αντίκτυπο αλλά και τις διαθέσιμες επιλογές τους.

Κρίνεται σκόπιμο να ερευνήσουμε περαιτέρω την κατάσταση στην Ελλάδα καθώς αυτή τη στιγμή δεν υπάρχουν επαρκή δεδομένα, αλλά και την έμμεση σύνδεση της βιομηχανίας ένδυσης με την υπόδηση, την βιομηχανία λευκών ειδών, τη βιομηχανία παραγωγής κρέατος και την ευρύτερη συμπεριφορά καταναλωτή καθώς και τυχόν αλλαγές της στα πλαίσια της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Ιδανικά η δημιουργία εργαλείων όπως οδηγοί με συμβουλές για καταναλωτές ή βιωματικά εργαστήρια για την κυκλική οικονομία, θα βοηθήσουν να καλυφθεί το μεγάλο έλλειμμα στη σχετική εκπαίδευση αλλά και να αντιμετωπιστεί ενδεχόμενος τρόμος που αισθάνονται οι άνθρωποι όταν συνειδητοποιούν το μέγεθος της Κλιματικής Κρίσης.

Εικόνα 26: Εκπαιδευμένοι καταναλωτές



πηγή: [https://dribbble.com/tags/sustainable\\_fashion](https://dribbble.com/tags/sustainable_fashion)