

آینده صنعت مُد؛ از نفس افتاده



چور کور می‌رسد اصلاً دوباره پوشیده نمی‌شود و استفاده دیگری هم نمی‌توان از آنها کرد و در نتیجه بخش زیادی از آنها سر از زباله درمی‌آورند.

از نظر نوی، کشورهای آفریقایی به زباله‌دان کشورهای سفیدپوست بدل شد هاند و زیرساخت لازم برای مقابله با این مشکل را نیز ندارند. با این حال، نوی و بسیاری از همفکرانش نمی‌توانند روی مسئله منع واردات لباس دست‌دوم به کشور مانور بدهند چون این صنعت برای تعداد زیادی از مردم درآمدزا است. واقعیت این است که در جهان پیشرفته یک فاجعه بزرگ در زمینه مصرف رخ داده است: لباس‌های ارزان‌تر و متنوع‌تر در دسترس قرار گرفته‌اند و مُد هم به سرعت عوض می‌شود. در نتیجه دور ریختن لباس به امری عادی بدل شده است.

هر ساله صنعت مد جهان بیش از ۱۰۰ میلیارد آیتم مختلف تولید می‌کند که یعنی برای هر فرد روی کره زمین به طور متوسط ۱۴ آیتم لباس تولید می‌شود. این دو برابر ارقام مربوط به صنعت مد در سال ۲۰۰۰ میلادی است. هر روزه ده‌ها میلیون تکه لباس دور ریخته می‌شود و به اصطلاح قرار است برخی از آنها

لباس‌هایی که در گذرگاه‌های آب در سواحل غنا گیر کرده‌اند، شبیه اجسادى اند که دریا به ساحل آورده باشد.

اینجا یکی از بزرگ‌ترین واردکنندگان لباس دست دوم در جهان است. محلی‌ها هنوز هم باور نمی‌کنند که مردم در جهان توسعه‌یافته این همه لباس را دور ریخته باشند.

در ساحل چور کور در غنا که نزدیک آکرا پایتخت این کشور است، بسته‌های بسیار بزرگ لباس که لایه‌لایه روی هم فشرده شده‌اند قد علم کرده‌اند و از گوشه‌هایشان صندل و کیف هم بیرون زده است. وقتی باران‌های شدید و طولانی می‌بارد گذرگاه‌های آب، پر از لباس‌های جامانده از این بسته‌ها می‌شود. سالمن نوی رئیس مدیریت فاضلاب چور کور می‌گوید تیم‌هایش هر روز وقت و انرژی زیادی را برای مقابله با کوه لباس‌های زباله هدر می‌دهند. محلی که برای ریختن زباله‌ها در چور کور در نظر گرفته شده بود و انتظار می‌رفت تا ۲۵ سال دیگر برای زباله جا داشته باشد فقط ظرف سه سال پر شده است.

سالمن نوی می‌گوید ۴۰ درصد از لباس‌های استفاده شده‌ای که از بندر آکرا به



باز یافت شوند که آن هم پیچیدگی‌های خودش را دارد.

واقعیت این است که اکثر لباس‌ها را نمی‌توان باز یافت کرد چون تکنولوژی و زیرساخت لازم برای انجام این کار وجود ندارد. معمولاً لباس‌های استفاده شده وارد زنجیره جهانی لباس‌های دست دوم می‌شوند که تا حدی عمر لباس را بیشتر می‌کند. همچنین بخشی از این لباس‌ها به عنوان دستمال نظافت، پرکننده تشک و مبلی و یا به عنوان مواد آتش‌زا به کار گرفته می‌شود. با این حال، اوج‌گیری صنعت مد سریع (فست فشن) و نیز اولویت گرفتن کمیت بر کیفیت در ذائقه مشتریان باعث شده لباس‌های کم کیفیت و مد روز مورد توجه زیادی قرار بگیرند.

شرکت‌های بزرگ پیش‌برنده صنعت مد نیز این خرافه را در اذهان جا انداخته‌اند که اگر لباس را به چرخه باز یافت و استفاده مجدد بسپرد، مسئولیتش از دوش شما برداشته می‌شود. اما تنها راه برون رفت از بحران امروزی در این حوزه فقط و فقط این است که لباس کمتر ولی با کیفیت‌تر بخرید. به عبارت ساده‌تر، باید به فست فشن بی‌توجه باشید.

برندها چطور مقصر شدند؟

در سال ۲۰۱۳ روند جدیدی در میان برندهای خرده‌فروشی لباس و فشن راه افتاد که آغازگرش برند اچ اند ام بود.

این برند در هزاران فروشگاهش در ۴۰ کشور دنیا مکان‌هایی را ایجاد کرد تا مردم لباس‌های استفاده شده خود را برای باز یافت در آنجا قرار دهند. به گفته مقامات اچ اند ام، جلب توجه مشتریان به مسائل زیست محیطی نکته اصلی این کمپین بود.

برند سوئدی اچ اند ام در بیانیه‌اش در این خصوص تاکید کرده بود که مشتریان با انجام این کار به اچ اند ام اجازه می‌دهند بافت جدید پارچه‌ای از لباس‌های قدیمی تولید کند و خودشان هم در مقابل، کوپنی برای استفاده از محصولات اچ اند ام دریافت خواهند کرد.

این اقدام با استقبال رسانه‌ها مواجه شد و رسانه‌های مختلف از جمله مجله فشن نوشتند «کار این برند باعث می‌شود وقتی لباس زیاد می‌خرید احساس بدی نداشته باشید.» حتی نتایج تحقیقی منتشر شد که مدعی بود اگر مصرف‌کننده احساس کند لباسی که می‌خرد قابل باز یافت است، بیشتر خرید خواهد کرد.

برندهای فست فشن دیگر مثل مانگو، زارا و پریمارک هم رویه مشابه اچ اند ام را در پیش گرفتند و شعار همه این بود که چرخه مصرف بی‌رویه از طریق چنین برنامه‌هایی از بین می‌رود. اما مسئله‌ای که در هیچ یک از این کمپین‌ها به آن اشاره‌ای نشده بود این بود که باز یافت لباس استفاده شده - البته در ابعاد صنعتی - و تبدیل آن به لباس جدید عملاً امکان‌ناپذیر است. بنا بر گزارش بنیاد الن مک آرتور انگلیس، در سطح جهان کمتر از یک درصد از لباس استفاده شده عملاً به لباس جدید تبدیل می‌شود. این در حالی است که ۹ درصد از پلاستیک مصرفی در جهان را می‌توان باز یافت کرد و در مورد کاغذ مصرف شده هم اوضاع خیلی بهتر است و نیمی از آنها را می‌توان باز یافت کرد.

با این حال، برندهای خرده‌فروشی ادعا دارند لباس‌هایی که در فروشگاه‌هایشان

برای باز یافت قرار داده می‌شود هیچ وقت هدر نمی‌پرود و سر از زباله در نمی‌آورد. اما واقعیت خیلی پیچیده‌تر است.

این لباس‌ها وارد زنجیره تامین جهانی لباس‌های دست دوم (به ارزش چند میلیارد دلار) می‌شوند و سر از خیریه‌ها، مغازه‌های دست دو فروشی و پلتفرم‌های آنلاین فروش مجدد لباس درمی‌آورند.

مشکل بزرگی که در تمام این مراحل وجود دارد، طبقه‌بندی لباس‌هاست. این کار را شبکه عظیمی از واسطه‌ها و کارگران انجام می‌دهند.

هدف اصلی هم فرستادن این لباس‌ها به کشورهای در حال توسعه است تا این لباس‌ها دوباره به فروش برسند و استفاده شوند. قاعدتاً این راه، به سود محیط زیست هم هست زیرا منابع کمتری در قیاس با باز یافت باید مورد استفاده قرار بگیرد.

اما راه واقعی برای دنبال کردن سرنوشت لباس‌های دست دو وجود ندارد. مارک بروز اسمیت رئیس شبکه جهانی باز یافت (که فقط در انگلیس و ایرلند سالانه به پردازش ۴۰۰ میلیون دست لباس مشغول است) در این خصوص می‌گوید: تمام لباس‌ها چه نو و چه دست دوم در نهایت سر از زباله درمی‌آورند. بهترین راه فقط این است که لباس‌ها مدت طولانی‌تری مورد استفاده باشند.

شبکه تری (TRI) بخشی از تجارت پررونق لباس مستعمل در جهان است که این لباس‌ها را می‌خرد و آنها را تبدیل به کالای دیگری می‌کند. کار اصلی در اینجا طبقه‌بندی لباس‌ها و بسته‌بندی فشرده آنها در وزن یک تُنی است. این بسته‌ها سپس در کانتینرها بارگیری شده و به نقاط مختلف دنیا فرستاده می‌شوند. لباس‌های مستعمل‌تر هم به عنوان ماده خام در امور دیگر مثل کف‌پوش و تشک مورد استفاده قرار می‌گیرد.

لباس‌هایی که از نخ یا پشم خالص درست شده باشند ممکن است استفاده‌های دیگری هم داشته باشند اما لباس‌های دست دو که هنوز امکان استفاده دارند، متاع ارزشمند در این شبکه تجارت جهانی به شمار می‌آیند و در واقع پیش‌برنده آن هستند. مثلاً لباس‌هایی که توسط چهره‌های مشهور به خیریه اهدا شده





مهمی برای صادرات به کشورهای آفریقایی است. در کاندلا بعد از دسته‌بندی لباس‌های مستعمل، آنها را با ماشین‌آلات، پرس برای صادرات آماده می‌کنند. اینجا درواقع شبیه یک پالایشگاه نفت عمل می‌کند: مواد خام به دسته‌های مختلفی از محصولات قابل عرضه در بازار تبدیل می‌شوند و به بازاری که احتمالاً مشتری بیشتری در آن منتظر نشسته، ارسال می‌شوند. مثلاً کفش‌های پاشنه‌بلند دست دوم در اروپای شرقی و برخی کشورهای آمریکای جنوبی بازار بسیار پررونقی دارند. یا جنس کشمیر خالص دست‌دوم در ایتالیا مشتری زیادی دارد.

لباس بچه در نقاط مختلف جهان مشتری دارد اما مثلاً شلوارهای مردانه از جنس پلی‌استر بازار چندانی ندارند. لباس‌های سایز بسیار بزرگ فقط در آمریکا طرفدار دارند و در استرالیا از لباس‌های مستعمل به عنوان دستمال نظافت استفاده می‌شود.

برخی از مستعمل‌ترین منسوجات هم به شهر پانی‌پات در نزدیکی دهلی هند ارسال می‌شود و آنجا برای ساخت پتو مورد استفاده قرار می‌گیرد.

*مصرف‌کننده باید ناخشنود باشد!

یکی از ماندگارترین سخنانی که تا به حال در صنعت مد گفته شده در دهه ۱۹۵۰ و در یک فروشگاه در نیویورک توسط ارل پاکت -میلیونر صنعت لباس- مطرح شد: کار ما این است که حس ناخشنودی را در مصرف‌کننده به وجود بیاوریم تا او بیشتر بخرد.»

صحبت او به این نکته اشاره داشت که صنعت فشن همواره باید راه‌هایی برای تغییر سریع‌تر مد پیدا کند تا مشتری دائماً حس کند که باید لباس جدیدتری بخرد.

به دنبال افزایش قدرت خرید مصرف‌کنندگان در دهه‌های بعدی و نیز افزایش تولید محصولات که ارزان‌تر به بازار عرضه می‌شدند، این رویه کاملاً به‌هنگار تبدیل شد.

باشند، در فروشگاه‌ها پس داده شده باشند یا در برنامه‌های معاوضه لباس وارد این شبکه شده باشند، ارزش بالایی دارند.

برخی از این لباس‌ها حتی لیبل هم دارند و یا به عنوان لباس وینتیج طرفدار دارند. کسب و کار در این حوزه رقابتی و پررونق است. با این حال، سودی که از این بیزینس به صورت جهانی به دست می‌آید نقاط ضعف زیادی را باید پوشش دهد؛ از جمله اینکه تغییر در ارزش واحد پول‌های مختلف در دنیا، افزایش هزینه‌های ارسال و حمل و نقل جهانی، تغییر ترندهای مد در سطح جهان و نکات دیگر ممکن است به سوخت شدن احتمال سودآوری این شبکه جهانی بینجامند.

بسیاری از فعالان این عرصه می‌گویند در سال‌های اخیر دردهای سودآوری کسب و کار البسه دست دوم زیاد شده است: کیفیت لباس‌ها رو به کاهش است و بسیاری از آنها پس از چند بار شست‌وشو دیگر قابل استفاده نیستند. از همه بدتر اینکه از ترکیبی از مواد ارزان مصنوعی در ساخت لباس‌ها استفاده می‌شود که امکان استفاده مجدد یا بازیافت را پایین می‌آورد.

نکته بعدی هم این است که بازار به شدت اشباع شده است و تولید لباس ارزان توسط کشورهای مثل چین با سرعت ادامه داشته و به همین جهت لباس‌های نو با سرعت هرچه بیشتر جانشین لباس‌های دست دوم می‌شوند.

*کشورهای دسته‌بند

در کاندلا که یک منطقه اقتصادی ویژه در ایالت گجرات در غرب هند است، حجم بسته‌های لباس مستعمل آن قدر زیاد است که از جرثقیل برای جابجایی‌شان استفاده می‌شود.

محلی که این بسته‌های بزرگ باید دسته‌بندی شوند تقریباً ۴۰۰ کارگر زن دارد و هر یک از آنها روزانه نزدیک به ۵۰۰۰ لباس را دسته‌بندی می‌کنند.

معیار هم میزان دوام آوردن و تمیز بودن لباس است. زنانی که در این مرکز کار می‌کنند در گرمای شدید ایالت گجرات با سرعت به دسته‌بندی لباس‌ها مشغولند.

در منطقه کاندلا دو مرکز دسته‌بندی لباس وجود دارد که سالانه نزدیک به ۵۴۴۰ تن لباس دست‌دوم را دسته‌بندی می‌کنند.

زنانی که اینجا کار می‌کنند هم رده‌های کاری مختلفی دارند. حرفه‌ای‌ترین آنها می‌تواند لباس را ظرف چند ثانیه بررسی و دسته‌بندی کند. آنها خرابی‌های احتمالی لباس و جنس آن را می‌بینند و حتی به کیفیت دوخت توجه می‌کنند. مانیشا لالچی چاودا که حرفه‌ای‌ترین کارگر در این مرکز است در هر دقیقه می‌تواند پانزده تی‌شرت را دسته‌بندی کند. مهارت و غریزه انتخاب این کارگران درواقع تعیین‌کننده ارزش اقتصادی هر تکه لباس است: اینکه می‌توان آن را دوباره پوشید یا باید دورش ریخت.

در هند ممنوعیت سفت و سختی برای ورود منسوجات دست دوم وجود دارد و استدلالش هم حمایت از صنعت نساجی داخلی است. اما دولت هند برای منطقه ویژه اقتصادی کاندلا استثنا قائل شده و مجوز ورود این منسوجات را -البته فقط برای دسته‌بندی و صادرات مجدد- داده است.

کاندلا که یک بندر بزرگ است در ساحل دریای عربی قرار دارد و مرکز



الگوهای تولید و مصرف هر دو در این صنعت تغییر کرده‌اند. برخی برندها سعی کرده‌اند با تغییر وجهه خود در این زمینه، برنامه‌های جدیدی را برای استفاده بیشتر از لباس‌های تولیدی به اجرا درآورند و مثلاً تعمیر لباس را هم انجام بدهند. اما این روش چندان موفق نبوده است.

با تمام این تفاسیل، آینده صنعت لباس‌های استفاده‌شده و فست فشن چه خواهد بود؟

به نظر می‌آید که هنوز پیشرفت‌های لازم در زمینه بازیافت لباس و منسوجات صورت نگرفته است. مثلاً در آوردن دکمه‌ها و زیپ‌ها و استفاده از فابریک‌های مختلف پارچه هنوز راه درازی را باید در این صنعت طی کند.

حتی رنگ کردن لباس‌ها و استفاده مجدد بعد از تعمیر نیز هنوز روند پرطرفداری نشده است. با این حال برخی شرکت‌ها در این حوزه فعال شده‌اند که از روش‌های محیط زیست‌سندتری استفاده می‌کنند. مثلاً منسوجات را به واحدهای شیمیایی سازنده اولیه‌شان تبدیل می‌کنند تا آنها دوباره مورد استفاده قرار بگیرند. اما این روند هنوز خیلی در قیاس با بازیافت پلاستیک یا مقوا عقب‌مانده است.

به قول فعالان این حوزه، مثل این است که بخواهی تخم مرغی را که نیمرو شده، دوباره به پوسته‌اش برگردانی. این مسئله در مورد لباس‌هایی مثل جین‌های کشی و لباس‌های ورزشی سخت‌تر هم هست، چون از مواد شیمیایی مختلفی در آنها استفاده شده که بازیافتشان را به یک کابوس بزرگ تبدیل می‌کند.

با این حال، پیشرفت در عملکرد کارخانه‌های بازیافت باعث شده که امیدواری‌ها به بهبود اوضاع در بازیافت منسوجات نیز بالا برود. اما در مرحله کنونی، هزینه و منابعی که باید برای این کار صرف شود، هنوز به‌صرفه نیست.

مرجع:
بلومبرگ

در آمریکا مصرف مثل یک حس وظیفه عمومی است که می‌تواند رفاه و رونق اقتصادی را تضمین کند. لیزبت کوهن تاریخ‌نگار دانشگاه هاروارد در این خصوص می‌گوید: شرکت‌ها راه‌هایی پیدا کردند که مشتری به صورت دائمی خرید کند؛ یعنی کالاها و لباس‌ها دوام کمتری داشتند و در نتیجه تقاضا برای کالای نو افزایش یافت.

فست فشن از همین جا متولد شد و مهم‌ترین برندی که در این راستا فعال بود زارا بود. زارا با سرعت لباس‌های جدید و مدل‌های جدید را وارد فروشگاه‌هایش می‌کرد و هر سی روز یک بار آیتیم‌های فروش نرفته را از فروشگاه‌هایش جمع می‌کرد.

یک تحقیق انجام شده توسط دانشکده بازرگانی هاروارد نشان داد مشتریان زارا به صورت متوسط سالانه ۱۷ بار به فروشگاه‌های زارا سرمایه‌زدند که در قیاس با روش قدیمی خرید واقعا زیاد بود.

شرایطی که صنعت فشن و البته محیط زیست جهانی در حال حاضر با آن مواجه است، تا حد زیادی از همین رویه فست فشن ناشی شده است.

آماري که از تحقیقات در دو دهه اخیر به دست آمده نشان می‌دهد که متوسط دفعات پوشیده‌شدن یک لباس - پیش از آن که لباس دور ریخته شود یا به مصارف دیگری برسد- در این دوران به میزان ۳۶ درصد کاهش یافته است. آمریکایی‌ها ملتی هستند که کمترین دفعات استفاده از یک لباس را دارند و به صورت متوسط ممکن است یک لباس تنها ۵۰ بار پوشیده شود. اما مثلاً در کشوری مثل چین که قبلاً استفاده مداوم از یک لباس امری معمولی به شمار می‌آمد هم هنجارها تغییر کرده است.

در فاصله سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۶ متوسط دفعاتی که یک لباس در چین ممکن بود پوشیده شود از ۲۰۰ بار به ۶۲ بار کاهش پیدا کرد. این نشان‌دهنده تغییرات بزرگ در صنعت فشن و استفاده از لباس در میان مردم است.