

Burberry nie będzie już niszczyć ubrań

10 września 2018

Kropla draży skałę – brytyjski dom mody ugiął się pod falą krytyki i ogłosił, że ze skutkiem natychmiastowym wycofuje się z praktyki niszczenia niesprzedanych towarów z mijającej kolekcji. Ponadto obrońcy praw zwierząt mają powody do radości – Burberry nie będzie już sprzedawać futer naturalnych. Nie zobaczymy ich też wcale na najbliższych pokazach London Fashion Week.

Kierownictwo domu mody zapewnia, że nie usłyszymy już o spaleniu towarów wartych prawie 30 mln funtów, jak wynikało ze sprawozdań finansowych upublicznionych w lipcu tego roku. „Współczesny luksus oznacza bycie odpowiedzialnym społecznie i ekologicznie. To przekonanie jest dla nas kluczowe i jest fundamentem naszego długofalowego sukcesu” – napisał w oświadczeniu prezes Burberry Marco Gobetti. A więc definicja luksusu pod naciskiem oburzonej opinii publicznej się zmieniła – poprzednio firma utrzymywała, że po prostu musi niszczyć niesprzedane ubrania, by pozostały trudno dostępne i wyjątkowe.

Z półek znikną też futra z królików, lisów, jenotów i norek. Ponadto firma od 2017 współpracuje z z manufakturą zrównoważonych ekologicznie produktów luksusowych Elvis & Kresse. W ciągu 5 lat tandem obiecał przetworzenie 120 ton odpadków skórzanych na nowe produkty.

Ta zmiana ucieszyła obrońców praw zwierząt i ekologów. „Decyzja Burberry o zaprzestaniu spalania nadmiaru produktów jest bardzo potrzebną oznaką zmiany nastawienia w branżach modowych. Każdego roku produkowanych jest ponad 1000 miliardów różnych ubrań, a szafy konsumentów są już przepełnione po brzegi. Najwyższy czas, aby cała branża mody spowolniła

produkcję i ponownie przemyślała to, w jaki sposób prowadzi swoją działalność” – napisało w odpowiedzi Greenpeace.

Futra wycofano również z wybiegów w nadchodzącym Tygodniu Mody w Londynie.

Wprawdzie pojawiło się sporo negatywnych komentarzy (m.in. materiał Jamesa Moore’a z „The Independent”), które udowadniają, że w dzisiejszych realiach to, co robi Burberry nie jest żadnym heroizmem. „Burberry nie robi nic nadzwyczajnego, ogłaszając, że przestaje niszczyć swoje produkty – wiecie o tym” – pisze nie bez racji publicysta. – „Podczas gdy połowa świata głoduje lub nie ma dostępu do bieżącej wody, jedynym zmartwieniem projektantów było to, aby trzymać swoje luksusowe produkty z dala od ulicy. (...) I nagle przestajecie to robić – wow, brawo wy!”. Dziennikarz wyśmiewa również deklaracje firmy o włączeniu tkanin, które są bardziej podatne na recykling. Wypomina również nieetyczne praktyki innym producentom ubrań np. wyzyskujących pracowników w osławionym Rana Plaza.

Nie należy przestawać patrzeć na ręce przemysłowi modowemu. Ale warto odnotować mały sukces na drodze do lepszego, bardziej etycznego biznesu. Burberry to marka od lat związana z rodziną królewską. Media plotkarskie mają teorię, że dobra zmiana to zasługa nowej członkini rodziny: Meghan Markle, żony księcia Harry’ego, znanej ze swojego ekologicznego trybu życia i zaangażowania w ochronę praw zwierząt.

Autorstwo: WK

Źródło: Strajk.eu