

## Шоппинг без угрызений совести | Shopping with a clean conscience

Auteur: Юлия Климова, [Женева](#) , 10.07.2014.



Современный вариант брошенной в море бутылки

Жители стран Запада несомненно знают о том, как пагубно рост потребления сказывается на экологии, а также слышаны об эксплуатации рабочих в развивающихся странах. Но как часто мы задумываемся об этих проблемах, когда спешим в магазин порадовать себя обновками, особенно в сезон распродаж? Возможно, некоторые из наших читателей пересмотрят свое отношение к шоппингу, прочитав эту статью.

People in the West are well aware of the negative impact of the ever-growing consumption on ecology, and of labour exploitation in developing countries. But how often do we think about these issues, when we hurry to do indulge ourselves with new clothes, especially during the sales period? We hope that the following article will make some of our readers

reconsider their attitude to shopping.

### Shopping with a clean conscience

Недавнее событие в Великобритании уже заставило некоторых задуматься о нравственной стороне похода за покупками. Покупательница из Южного Уэльса приобрела недорогое платье в известной британской сети бюджетной одежды и аксессуаров Primark, оно обошлось девушке всего в £10 (16 CHF). Чуть позже она обнаружила на внутренней стороне изделия нестандартную этикетку, пришитую к инструкциям по стирке. На ней стежками вручную была вышита следующая фраза: «Forced to work exhausting hours» (Вынуждена работать до изнеможения). По всей видимости, неизвестная швея вышила такое своеобразное послание будущему покупателю, чтобы обратить внимание западной общественности на пренебрежительное отношение к условиям труда в странах третьего мира. План отчаявшейся работницы удался – девушка обратилась в местные СМИ, и вскоре несколько известных британских газет и журналов, включая Vogue, осветили это происшествие. Сама компания Primark не объяснила, как эта этикетка оказалась на изделии, заявив, что других подобных инцидентов не было.

Такое событие, пожалуй, эффективнее привлекает внимание к эксплуатации трудящихся в Африке и Азии, чем пестрые дорогостоящие рекламные компании, призывающие обращать внимание на «этичные» товары. К сожалению, в погоне за идеальным соотношением цены и качества, покупатели не всегда задумываются о том, ценой каких усилий им достаются новые вещи. Опрос Euromonitor, проведенный в 2013 году, показал, что наиболее важным критерием для большинства европейцев при выборе обновок является качество изделия – по нему ориентируются в среднем 62% покупателей. Второе место прочно заняла цена – ее принимают в расчет 57% опрошенных. При этом критерий «этичность товара» в списке отсутствовал вообще.

В Швейцарии все больше потребителей готовы доплачивать за продукты питания с маркировкой «био», произведенные в особых условиях, или «fairtrade», то есть сертифицированные «справедливой торговлей», подтверждающей, что рабочие получают зарплату не ниже прожиточного минимума, а стоимость товара включает в себя экологические и социальные компоненты стоимости.

Однако принцип справедливой торговли распространяется на гораздо более широкий круг товаров, в том числе одежду, обувь и аксессуары, то есть на индустрию моды. Так, британская инициатива Ethical Fashion Forum, основанная в 2005 году, составила одну из крупнейших баз данных дизайнеров, производящих «этичную» одежду, обувь и аксессуары во всем мире. Такие вещи обойдутся покупателям немного дороже, зато позволят спать с чистой совестью и сознанием того, что совершив покупку, они честно оплатили труд тех, кто работал над созданием понравившегося предмета одежды. Стоит задуматься не только об условиях труда в развивающихся странах, но и о влиянии индустрии моды на окружающую среду. К сожалению, на сегодняшний день покупатели больше обеспокоены тем, в каких условиях были выращены томаты, которые лежат у них в холодильнике, чем сшита рубашка, которую они одевают утром.

Покупать «этичные» товары вовсе не значит оставлять в магазинах целое состояние, но предполагает, что к покупке придется отнестись с большей серьезностью. Относительно недорогие марки предлагают вещи, в создании которых были приняты меры по сохранению окружающей среды и оплаты рабочей силы. Например, такие

гиганты, как шведский Hennes & Mauritz AB под брендом H&M, а также Zara, принадлежащая испанскому холдингу Inditex, вносят свой вклад в продвижение «этичных» товаров. H&M выпускает отдельную линию изделий из экологически чистых тканей, органической кожи и переработанной шерсти, а Zara подписана на Ethical Trading Initiative (Предпринимательство этичной торговли) — сообщество, защищающее права рабочих по всему миру. Более того, одежда этой марки не производится далеко от головного офиса Inditex, который расположен в Испании. Большинство вещей шьются на местных фабриках, а также в близлежащих Португалии, Марокко и Турции, и только несколько базовых моделей, как, например, однотонные футболки, изготавливаются в Азии.

Известная американская марка Levi's использует [переработанную воду](#) в производстве джинсов, ведь на изготовление всего одной пары требуется 11 000 литров воды.

Читателям будет приятно узнать, что и швейцарские фирмы озабочены тем, как производство их товаров влияет на экологию и условия жизни рабочих. Так, марка l'astricot, специализирующаяся на производстве детской одежды, использует только натуральные материалы и переработанные шерсть и лен.

Еще один положительный пример — цюрихский дизайнер одежды Моника Шнайтер, выпускающая вещи под маркой собственного имени, Monika Schneiter GmbH. Вклад этого модельера в «этичную» моду заключается в том, что все изделия изготавливаются на небольших фабриках в Марокко, Голландии и Швейцарии в соответствии с нормами трудового законодательства.

Довольно любопытная история создания у фирмы apesigned, появившейся только в 2012 году. Ее основательница, Жанна, была вдохновлена путешествиями по Вьетнаму и решила производить одежду, изготовленную частными швеями в разных уголках этой страны. Таким образом, Жанна трудоустраивает этнические меньшинства во Вьетнаме, помогая им найти применение своим навыкам. Название своей компании она расшифровывает как «signed by an ape» (Подписано апе), а APE — это аббревиатура от Advanced Performance for Equity (Справедливость на продвинутом уровне).

Разумеется, цена имеет значение. По статистике этичного потребления видно, что особо ярко выраженный спрос на такие товары был замечен в докризисные годы: например, розничная продажа органического хлопка в мире выросла с \$245 миллионов в 2001 до \$1.07 миллиардов в 2006 году.

Если призывы уважать чужой труд и беречь окружающую среду не звучат достаточно убедительно для того, чтобы потратить больше денег на обновки, то следует задуматься об их происхождении из-за качества вещей. Пабло Исла, глава вышеупомянутой компании Inditex (которая, кстати, является самым крупным розничным торговцем одежды в мире), в интервью Financial Times обращает внимание на то, что вещи, изготовленные на более дорогостоящих фабриках с соблюдением всех необходимых норм, отличаются более высоким качеством.

[футбол](#)

---

**Source URL:** <https://nashgazeta.ch/news/style/shopping-bez-ugryzeniy-sovesti>