



Ben Ramsden

COMMUNITY DEVELOPMENT
OFFICER AT ORGANIMARK
EUROPE

Predicciones 2019 para Slow Fashion Next:

Normalmente, cuando miramos hacia el futuro en la industria de la moda, nos fijamos en las últimas tendencias en tejidos, estampados y acabados ... pero para mí, lo que es emocionante de mirar hacia el 2019 no es si los tejidos de algodón de palomitas de maíz, teñidos anudados o adornos de lujo serán emocionantes para los consumidores, sino **lo que está pasando mucho antes de que la moda llegue a las pasarelas**. La relación entre los fabricantes y vendedores de ropa nunca ha estado más en el punto de mira y esto se expandirá como una tendencia clave en 2019.

La moda es tanto un reflejo de nuestra economía como de nuestro estilo y, a medida que vemos que las nuevas tecnologías y modelos interrumpen nuestro mundo, veremos cómo estos florecen en la industria de la moda. Ha pasado más de una década desde la última crisis financiera y estamos pasando por lo que muchos denominan "la última etapa del capitalismo". En los últimos 40 años hemos tenido una globalización desenfrenada y el consiguiente crecimiento exponencial de la riqueza financiera, la destrucción ecológica y la desigualdad de ingresos. La fase en la que estamos entrando será diferente y tendremos que centrarnos en crear nuevos modelos que reemplacen las formas antiguas que se interponen en el camino del progreso. Afortunadamente, muchos de estos modelos ya han sido construidos y probados por pioneros en la industria, y 2019 debe ser el año en que comiencen a proliferar. Como resultado, en 2019 creo que veremos mucho más:

Activismo corporativo

A medida que algunas empresas descubren que su licencia para operar se ve desafiada para mantener su status quo, otras intentarán destacarse tomando una posición en contra de los problemas y desafiando a los gobiernos e instituciones intergubernamentales como la ONU para que implementen reformas políticas. Las semillas principales de esto han sido sembradas por marcas como Stella McCartney y la carta de moda sostenible de la ONU. Esperamos más activismo por parte de las marcas, pero también más necesidad de asegurar que se están cumpliendo estas demandas a través de sus cadenas de suministro. Existe el riesgo de que este activismo pueda pasar por alto el gran problema en el corazón de los problemas de nuestra industria: el pago de un precio justo para cubrir los costos reales de producción.

Trazabilidad, consolidación y optimización de la cadena de suministro.

Las compañías que han estado impulsando programas de trazabilidad duplicarán estos esfuerzos y utilizarán esa mejor comprensión de sus cadenas de valor para reducir el número de sus proveedores. Cuando esto funciona correctamente, significa que toda la cadena de valor puede centrarse en negocios de beneficio mutuo a largo plazo, y es un paso fundamental hacia la verdadera sostenibilidad.

Sin embargo, cuando no lo hacen, existe un gran riesgo de que las empresas utilicen esta consolidación para mejorar su control sobre sus proveedores y reducir así el precio y el impacto. La trazabilidad debe ir de la mano con la responsabilidad, y cualquier consolidación debe ofrecer un mejor “business case” para todos los interesados a lo largo de la cadena de suministro. Así, cuantas más marcas publiquen sus listas de proveedores, lo mejor será entonces probar nuevos enfoques de finanzas, prácticas de compra y gestión de datos para optimizar la cadena de valor en beneficio de todos.

Objetivos de desarrollo sostenible y certificación.

Ahora se acepta ampliamente que el sistema de certificación actual está tan roto como el modelo de la cadena de suministro, y una de las principales razones para que ocurra esto es que la intención es minimizar los riesgos de reputación para las marcas. Sin embargo, con los ODS hay una oportunidad única para la transformación, ya que compararlo con ellos significa que el impacto se podrá medir en el contexto de la mejora continua en lugar de un mantenimiento estático de un estándar. Al alinear los incentivos de las marcas, las certificaciones, los gobiernos, los inversores y los consumidores, los ODS comenzarán a desempeñar un papel importante y creciente en la moda, y todas las partes comenzarán a medirse con ellos. Esto permitirá que una gran cantidad de innovaciones (desde la agricultura regenerativa hasta las nuevas herramientas financieras de comportamiento) que transformen las vidas de millones de personas en todo el mundo.

Por lo tanto, en 2019, las mejores compañías comenzarán a gritar más fuerte sobre sus programas de sostenibilidad y comprometerán a otros a hacerlo, construirán relaciones más profundas a lo largo de sus cadenas de valor y utilizarán los ODS para ofrecer colaboraciones transformadoras e impacto para las comunidades de las que provienen. Si bien va a ser un año difícil, es un año en el que estaremos ocupados construyendo las bases para un mundo mejor, ¡así que haz tu parte ayudando a aquellos que están escalando estas soluciones!

(Texto en español traducido del texto original en inglés por Slow Fashion Next).

+++++

Predictions for 2019

Normally when looking ahead in the fashion industry we look to the latest trends in fabrics, prints and finishes... but for me what's exciting about looking forward to 2019 is not whether popcorn cotton knits, tie dye or fancy frills will be exciting consumers, but what's happening well before fashion hits the catwalks. The relationships between the makers and sellers of clothes has never been more in the spotlight and this will expand as a key trend in 2019.

Fashion is as much a reflection of our economy as it is of our style and as we see new technologies and models disrupting our world, we will see these flourish in the fashion industry. It's been over a decade since the last financial crisis and we are going through what many refer to as “late stage capitalism”. Over the last 40 years we have had rampant globalisation and the resulting exponential growth in financial wealth, ecological destruction and income inequality. The phase we are entering will be different and we will need to focus on creating new models that will replace the old ways that are standing in the way of progress. Fortunately, many of these models have already been built and tested by pioneers in the industry, and 2019 needs to be the year when they begin to proliferate. As a result, in 2019 I believe we'll see much more of the below:

Corporate Activism

As some companies find that their licence to operate is challenged by maintaining the status quo, others will attempt to stand out by taking a stand against issues and challenging Governments and Intergovernmental institutions like the UN to deliver policy reform. The mainstream seeds of this have

been sown by brands like Stella McCartney and the UN sustainable fashion charter. Expect more activism from brands but also more need for them to ensure that they are delivering on these demands through their supply chains. There's a risk that this activism may miss the big issue at the heart of our industry's problems: the payment of a fair price to cover the real costs of production.

Supply chain traceability, consolidation and optimization

Companies that have been driving forward traceability programs will double these efforts and use their improving understanding of their value chains to reduce the numbers of their suppliers. When this works well, this means the entire value chain can focus on long term mutually beneficial business, and is a fundamental step towards true sustainability. However, when it doesn't, there is a big risk that companies will use this consolidation to enhance their control over their suppliers and drive down price and impact. Traceability needs to go hand in hand with accountability, and any consolidation needs to deliver on an improved business case for all stakeholders across the support chain. So while more brands will publish their supplier lists, the best will be then testing out new approaches to finance, buying practices and data management to optimise the value chain for the benefit of all.

Sustainable Development Goals and certification

It is now widely accepted that the current certification system is as broken as the supply chain model and a major reason for this is that the intention behind it is to minimise the reputational risks for brands. With the SDGs however there is a unique opportunity for transformation as to benchmark against them means that impact will be able to be measured in the context of continuous improvement rather than a static maintenance of a standard. Aligning the incentives of brands, certifications, Governments, investors and consumers, the SDGs will begin to play a major and increasing role in fashion with all parties beginning to measure themselves against them. This will then enable a huge number of innovations (from regenerative agriculture to new behavioural finance tools) transforming the lives of millions of people around the world.

So, in 2019, the best companies will begin to shout louder about their sustainability programmes and engage others in doing so, they will build deeper relationships along their value chains and use the SDGs to deliver transformational collaborations and impact for the communities they source from. Whilst it's going to be a difficult year, it's a year where we will be busy building the foundations for a better world, and so please do your part by helping support those that are scaling these solutions!

(Text original).