



Susana Vela

DIRECTORA DE POLKA PRESS
COMUNICACIÓN

Predicciones 2019 para Slow Fashion Next:

Hago un cierre de 2018 y creo que es muy positivo pararse y reflexionar sobre todo lo que ha acontecido en el sector de la moda, en la moda sostenible concretamente, y los cambios sociales que se están produciendo que inevitablemente influyen en la forma de consumir.

En este sentido siempre cabe la duda de preguntarnos quién cambia esta forma de consumo; las legislaciones, los productores o los individuos que forman la sociedad. La primera respuesta que me viene inmediatamente a la mente es que el poder de decisión lo tienen los consumidores, pero a continuación pienso que la oferta es fundamental para que se produzca un cambio en los hábitos de consumo, y las leyes son imprescindibles para ello.

Todo es importante, pero hay otro factor que no podemos dejar de lado, que no podemos dejar en un segundo plano, no debemos olvidarnos de la información, de la comunicación, sin ellas no existe un poder de decisión real y en este sector es fundamental.

Los que trabajamos en pro de la moda sostenible, formamos parte de una cadena que no debe quebrarse en ninguno de sus eslabones, producción, distribución, ventas, consumidores, pero comunicar lo que hacemos es básico, es lo que nos diferencia, lo que proporciona un valor añadido al trabajo que desarrollamos.

A veces leo artículos y escucho frases como "piel vegana", "la moda sostenible está de moda", "es más interesante la economía circular que la moda sostenible", términos y definiciones contrapuestas, sin sentido, que no dejan de sorprenderme, que me proporcionan el combustible cada día para trabajar con el convencimiento de que estamos en la buena dirección y me hace ser consciente de que tenemos un largo camino por recorrer.

Surgen permanentemente nuevos modelos de negocio, muchos emprendedores que no conciben trabajar ya de otra manera, nuevas empresas que surgen con un ADN claro y otras que están en ello desde hace muchos años aportando una gran diferencia a los productos o servicios que ofrecen. El consumo responsable de una gran parte de la sociedad, sigue creciendo y asentándose entre los consumidores, aunque queda mucho trabajo por hacer entre todos.

La moda sostenible sigue avanzando y evolucionando, en unos casos en el ámbito de la investigación, la innovación y la tecnología, donde podemos encontrar nuevas materias primas, procesos y acabados

que son fascinantes. En otros casos, una vuelta a los orígenes, una recuperación de las tradiciones, de la artesanía y un buen hacer que nos traslada a una mayor responsabilidad.

Una mejor oferta de producto, una mejor forma de hacer las cosas, en definitiva una mejor forma de vivir.

Mucho mejor hacer que ser.