

Nastolatki domagają się skromniejszych ubrań

Mając dosyć odbarwionych spodni kończących się poniżej linii bioder, niewiele zakrywających "topów" i innych popularnych modeli, grupa przyjaciółek z Arizony zorganizowała kampanię mającą na celu przywrócenie w sklepach skromniejszych ubrań.

Amanda Smith (18 lat), zorganizowała wraz ze swoimi przyjaciółkami zbieranie 1500 podpisów nastolatek, które - podobnie jak ona - uważają, że modne i ładne ubieranie się nie oznacza, że trzeba pokazywać ciało tak, jak Britney Spears w swoich teledyskach.

"Wiele dziewcząt chce zwrócić na siebie uwagę innych, zwłaszcza chłopców. Nie zdają sobie jednak sprawy, że nosząc takie ubrania, poniżają się. Zamiast ciągle uskarżać się z powodu zaistniałej sytuacji, postanowiłyśmy coś zrobić" - mówi Amanda, wyjaśniając przyczyny swojej kampanii.

Nastolatki zniosły swoją petycję wraz z podpisami do sieci sklepów Dillards w Mesa (Arizona), która - ku ich zdumieniu - odpowiedziała pozytywnie na ich zapotrzebowanie.

Z pomocą dziewcząt, które zostały mianowane "konsultantkami ds. mody", projektantka Jody Berman, z entuzjazmem przygotowuje teraz linię skromniejszych ubrań. Według niej, jest to "ogromny rynek, którego zapotrzebowania nie zaspokajają dostępne modele". Projektantka twierdzi, że jest to wyzwanie, które sprawia jej dużą radość: uważa, że można zaprojektować bardzo ładne ubrania, używając nieco więcej materiału.

"To nic trudnego, to bardzo rozsądne. Łatwo jest uszyć ładną sukienkę z materiałów, które są teraz modne, ale w bardziej umiarkowanym stylu" - mówi Berman.

Ciekawe, czy sukces amerykańskich nastolatek dałoby się powtórzyć również w Europie? Od dłuższego już czasu słyszę głosy znajomych, które z żalem mówią, iż wielu popularnych producentów markowych ubrań, mających sieci sklepów w Polsce, takich jak Jackpot, Reserved, itp., od pewnego czasu zarzuciło bardziej "tradycyjne" (a tym samym, umiarkowane) linie na rzecz bardzo nowoczesnych. Może warto wszcząć podobną kampanię, a choćby napisać listy przedstawiające oczekiwania dużej przecież grupy klientek...