



Sintetici Anonimi

La dipendenza dei marchi di
moda dai combustibili fossili

Le informazioni contenute in questo documento sono state ottenute in buona fede da fonti ritenute affidabili. Qualsiasi interpretazione di questa relazione come un'accusa contro una o più società sarebbe fuorviante ed errata. Gli autori non si assumono alcuna responsabilità per qualsiasi perdita diretta o consequenziale derivante dall'uso di questo documento o dei suoi contenuti.

Questa relazione è stata stilata da Changing Markets Foundation.

Design di Pietro Bruni: toshi.ltd

Stampato su carta riciclata

Pubblicazione giugno 2021



Sintesi

Questa relazione esamina il comportamento di alcuni dei più grandi marchi e rivenditori nel settore della moda riguardo al loro uso di fibre sintetiche e alla trasparenza in merito. L'industria della moda, a causa della prevalenza del modello fast fashion, fa molto affidamento sull'uso di fibre sintetiche a basso costo, prodotte da combustibili fossili, come petrolio e gas. Dall'inizio degli anni 2000, la produzione di prodotti di moda è raddoppiata, così come l'uso del poliestere, che ora si trova in oltre la metà di tutti i tessuti.

Le fibre sintetiche rappresentano oltre i due terzi (69%) di tutti i materiali utilizzati nella produzione tessile e si prevede di raggiungere quasi i tre quarti entro il 2030.¹ Le fibre fossili sono un fattore chiave per la promozione della fast fashion e ad oggi la loro produzione richiede più petrolio di quanto la Spagna consumi in un anno. Prodotti e venduti a basso costo, questi articoli vengono spesso scartati dopo appena sette o otto utilizzi, finendo in discariche, inceneritori o gettati nella natura.² Le fibre sintetiche economiche, non solo facilitano la produzione di indumenti di bassa qualità che finiscono come rifiuti, ma legano a doppio nodo la dipendenza dell'industria della moda alla continua estrazione di combustibili fossili nel bel mezzo di un'emergenza climatica. Mentre altre aziende e settori si stanno decarbonizzando e puntano ad un'economia circolare, è chiaro che, data la sua dipendenza dalle fibre sintetiche, l'industria della moda sta andando in una direzione completamente sbagliata.

In questa relazione, cerchiamo di stabilire cosa dicono e fanno i marchi di moda riguardo alla loro dipendenza dalle fibre sintetiche. Abbiamo contattato 46 marchi di moda con un questionario e condotto una ricerca documentale sulle loro politiche e sulla divulgazione pubblica di informazioni rilevanti. In base alle nostre fonti, i marchi ed i rivenditori sono stati classificati in quattro categorie: *i capifila, quelli che potrebbero fare di meglio, quelli che rimangono indietro e quelli in zona rossa*. Abbiamo condotto ulteriori ricerche per concentrarci sui negozi online di 12 marchi, scelti appositamente per rappresentare una gamma di marchi: dalla moda ultraveloce al lusso, ai marchi sportivi e a coloro che desiderano pubblicizzare le proprie credenziali di sostenibilità. Abbiamo effettuato una valutazione meticolosa delle collezioni Primavera/Estate 2021 di questi marchi, analizzando i dati sull'uso delle fibre sintetiche e le dichiarazioni di sostenibilità che le aziende hanno fatto intorno a questi prodotti.

I risultati di questa ricerca non solo espongono la dipendenza dei marchi di moda dalle fibre sintetiche, ma dimostrano anche un dilagante greenwashing attraverso i loro impegni volontari ed i loro prodotti. Alla luce dell'impegno della Commissione Europea ad affrontare il problema del greenwashing e delle recenti linee guida della Competition Markets Authority (CMA) del Regno Unito sulle dichiarazioni ambientali, le dichiarazioni infondate riscontrate nella nostra ricerca potrebbero presto portare a ripercussioni legali per i marchi.

Risultati chiave

Marchi della moda immersi fino al collo nell’industria del petrolio

- I risultati della nostra analisi su 46 aziende di abbigliamento sono profondamente preoccupanti e mostrano che i marchi di moda stanno ancora ignorando in gran parte il crescente inquinamento da plastica e la crisi dei rifiuti derivante dalla loro dipendenza dalle fibre sintetiche.
- Oltre ad una significativa mancanza di trasparenza sulla quantità e la fonte di materiali sintetici nelle loro collezioni, i marchi di moda ricorrono a tattiche di greenwashing - come il downcycling delle bottiglie di polietilene tereftalato (PET) sui vestiti - piuttosto che passare a soluzioni veramente circolari, in cui i prodotti sono progettati per essere più durevoli, riutilizzabili, riparabili e riciclabili.
- I marchi di moda non hanno un approccio sistematico per affrontare i rischi per l'ambiente e per la salute derivanti dall'inquinamento da microplastiche.

Mancanza di leadership per disintossicarsi dalla moda fossile

- Nonostante un alto tasso di risposta dell’83% (38 marchi su 46), le informazioni fornite dalle aziende sulle loro politiche, pratiche e uso di materiali sintetici sono state deludenti. Solo circa la metà (26 marchi) ha fornito un certo livello di trasparenza sul loro uso di sintetici in percentuale e peso, anche se non sempre questo è stato suddiviso fibra per fibra.
- Nessuna azienda si è impegnata chiaramente ad eliminare gradualmente l'uso di fibre sintetiche dalle proprie collezioni, lasciando vuota la categoria dei capifila.
- Solo sei aziende - Dressmann, Esprit, Hugo Boss, Puma, Reformation e United Colors of Benetton - hanno indicato di voler evitare o ridurre del tutto i sintetici. Alla domanda sul perché, alcuni hanno citato il fatto che sono prodotti da combustibili fossili o hanno menzionato preoccupazioni associate alle microfibre o all’impatto sull’ambiente.
- La maggior parte dei marchi sportivi analizzati (Adidas, Asics, Nike e Reebok) ha riferito che la maggior parte delle loro collezioni si basa su fibre sintetiche e non ha espresso alcuna intenzione di ridurre l’uso. Solo Puma ha indicato che i sintetici rappresentano “solo” la metà del loro tessuto totale e ha affermato che si sta sforzando di ridurre gradualmente la proporzione di poliestere utilizzata, dimostrando che una minore dipendenza dai sintetici nell’abbigliamento sportivo è possibile.
- Tra i marchi peggiori assegnati alla nostra zona rossa, 15 sono una combinazione di società sportive, marchi più accessibili, di lusso e di grandi magazzini, la maggior parte delle quali (11) sono con sede in Nord America (Stati Uniti o Canada), tra cui Nike, Patagonia, Target e Walmart. La loro totale mancanza di impegno o persino trasparenza mostra chiaramente che la questione della moda fossile non è nella loro agenda.

- Un membro sorprendente della zona rossa è stato Patagonia, un marchio che ha costruito la sua reputazione sulla sostenibilità. Lo abbiamo messo nella zona rossa perché non ha divulgato pubblicamente alcuna informazione significativa sul suo uso di sintetici o piani per eliminarli gradualmente, né si è impegnato con noi sul questionario.

Il Downcycling usato come pillola magica

- Il poliestere “riciclato”, realizzato con bottiglie in PET, è il modo principale in cui i marchi stanno pianificando di frenare l’impatto della moda fossile e abbracciare materiali sintetici più “sostenibili” - nonostante questa sia una falsa soluzione all’odierno problema dell’inquinamento da plastica e dei rifiuti. La maggior parte delle aziende (85%) ha indicato che mira a raggiungere i propri obiettivi di poliestere “riciclato” utilizzando poliestere proveniente da bottiglie in PET riciclate.
- Al contrario, nessuno dei marchi ha riportato un livello elevato di obiettivi di riciclaggio da fibra a fibra, né un obiettivo chiaro per muoversi verso questo tipo di riciclaggio. Inoltre, le aziende non stanno facendo gli investimenti necessari per garantire un futuro in cui i vestiti possano essere riciclati di nuovo in vestiti, ostacolando il passaggio a una vera economia circolare.

Persi in un mare di dichiarazioni ecologiche

- Molti marchi fanno ancora dichiarazioni fuorvianti su come stiano rendendo i loro prodotti più “riciclabili”, nonostante non dispongano né di uno schema di ritiro né di una tecnologia di riciclaggio da fibra a fibra. Il greenwashing era dilagante tra gli obiettivi che i marchi ci hanno rivelato, comprese le dichiarazioni sull’utilizzo di materiali “sostenibili”, “preferiti”, “da fonti sostenibili” o “prodotti in modo sostenibile”, i cui criteri sono spesso mal definiti e costituiscono dichiarazioni non comprovate che fuorviano i consumatori.
- Ulteriori esempi di greenwashing includono marchi che promuovono la loro immagine sostenibile affermando di utilizzare plastica oceanica o reti da pesca riciclate nei loro prodotti; ad esempio, Patagonia e Adidas pubblicizzano il loro uso della plastica oceanica come un’alternativa migliore - o un “sostituto eco-innovativo” - per la plastica vergine, e diverse aziende commercializzano nylon rigenerato ottenuto da reti da pesca e altri rifiuti. Un tale approccio si occupa solo delle conseguenze del problema dell’inquinamento da plastica e fa ben poco per ridurre la crisi della plastica alla fonte.

Le microplastiche rimangono un punto cieco per l’industria della moda

- L’approccio dei marchi al crescente impatto delle microplastiche sull’ambiente e sulla salute umana è in gran parte ritarda-distrai-deraglia; la maggior parte delle aziende si attiene all’ordinaria amministrazione in attesa di “più ricerca”. La maggior parte dei marchi prende in considerazione solo soluzioni a valle, come i filtri delle lavatrici e gli impianti di trattamento delle acque reflue, che spostano semplicemente il problema altrove. Alcuni marchi hanno aderito a iniziative del settore per sviluppare metodi di misurazione unificati.

Shopping online: tutto stile, nessuna sostanza

- Nella nostra analisi dei negozi online, abbiamo analizzato 4.028 prodotti nelle collezioni Primavera/Estate 2021 di ASOS, Boohoo, Forever21, George at Asda, Gucci, H&M, Louis Vuitton, Marks and Spencer (M&S), Uniqlo, Walmart, Zalando e Zara.
- I risultati mettono a nudo la proliferazione di fibre sintetiche nei nostri vestiti, con il 67% contenente alcuni tipi di fibre sintetiche.
- In media, gli indumenti contenenti queste fibre erano costituiti per il 53% da una composizione sintetica.

Pieni zeppi di Greenwashing

- La nostra ricerca ha scoperto che il greenwashing è molto diffuso: la maggior parte dei marchi ha fatto dichiarazioni di sostenibilità e il 39% dei prodotti studiati aveva una dichiarazione ecologica allegata. Uno sguardo più attento alle politiche, agli obiettivi e agli impegni dei marchi ha rivelato che il greenwashing è chiaramente la tendenza più in voga di questa stagione.
- Utilizzando le nuove linee guida della *Competition Markets Authority* (CMA) del Regno Unito sulle dichiarazioni ecologiche, abbiamo scoperto che, del 39% dei prodotti accompagnati da un'affermazione di sostenibilità, uno scioccante 59% ha in qualche modo violato le linee guida sulle dichiarazioni ecologiche.
- I punteggi dei marchi variano in modo significativo su questo fronte. Zara e Gucci hanno fatto il minor numero di dichiarazioni in violazione della guida; dall'altra parte, il 96% delle dichiarazioni di H&M, l'89% di ASOS e l'88% di M&S hanno in qualche modo violato le linee guida.
- I nostri risultati evidenziano la portata del problema e dovrebbero essere considerati sullo sfondo della crescente sfiducia dei consumatori nei confronti delle dichiarazioni di sostenibilità dei marchi: solo il 18% degli acquirenti britannici si fida delle informazioni fornite dai marchi sulla sostenibilità.³ Pertanto, la nostra ricerca mostra la tempestività dei piani della Commissione Europea e di altri organi governativi di reprimere queste tendenze attraverso la legislazione.
- In tutta questa relazione, presentiamo i Greenwashing Alerts - esempi di eclatante greenwashing in cui un marchio commercializza un prodotto come sostenibile nonostante quel prodotto contenga elementi palesemente non sostenibili. Questi includono vestiti dichiarati mono materiali o riciclabili che in realtà sono realizzati con materiali sintetici misti impossibili da separare; capi etichettati come "responsabili" - senza alcuna spiegazione - ma contenenti miscele fino a sette diversi tipi di fibre; e prodotti realizzati al 100% in poliestere, senza credenziali di sostenibilità, che sono comunque inclusi in una collezione "sostenibilità".

NUMERO E PERCENTUALE DI ARTICOLI CONTENENTI FIBRE SINTETICHE PER OGNI MARCHIO

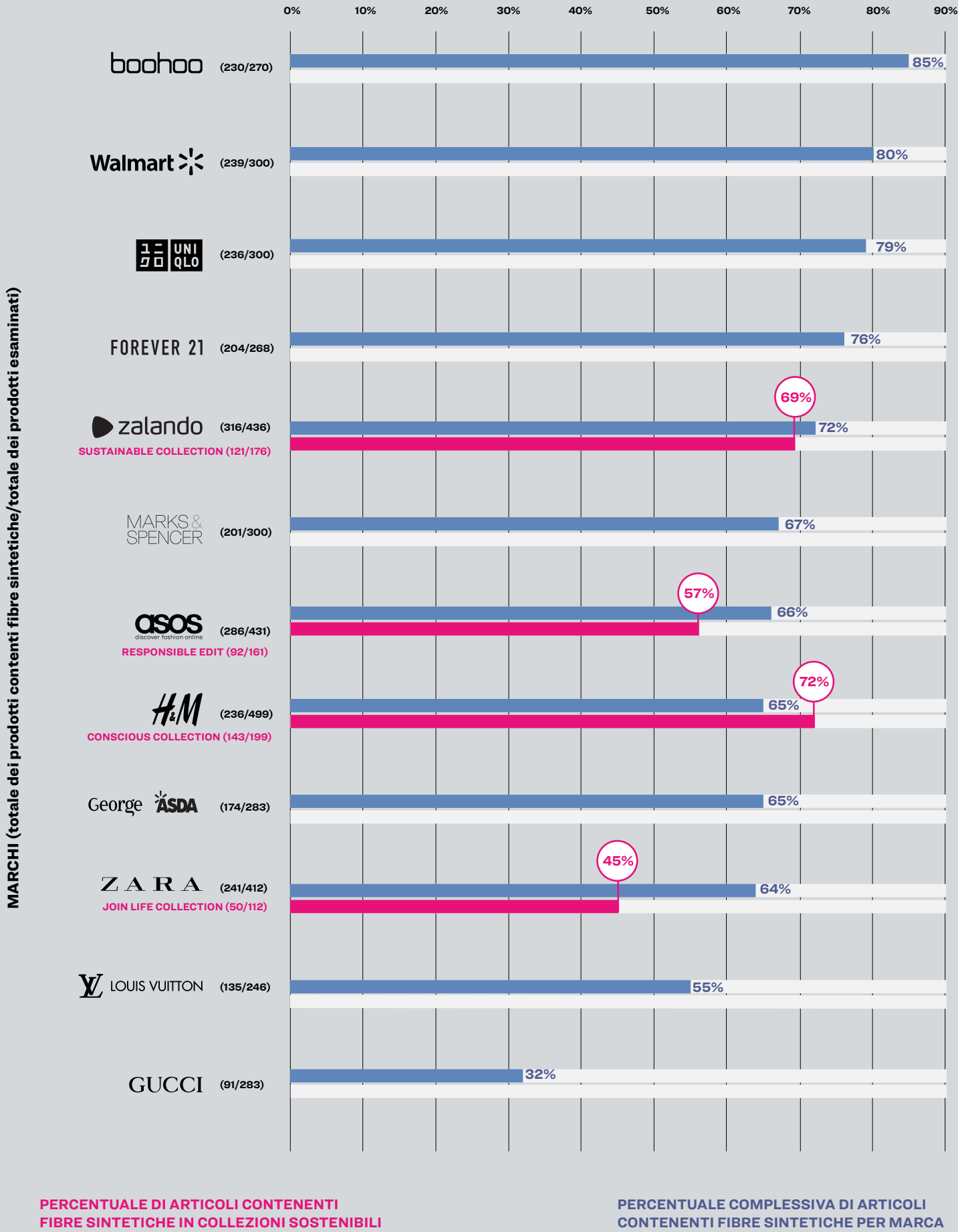


Figura 1: Classifica dei 12 marchi percentuale di articoli conteneti fibre sintetiche

Collezioni consapevoli che non affrontano il problema della moda fossile

- Quattro dei marchi avevano dedicato collezioni “sostenibili”, “consapevoli” o “responsabili”, ma la nostra ricerca rivela che i sintetici, in particolare il poliestere, rimangono onnipresenti in queste collezioni.
- La “Conscious Collection” di H&M contiene in realtà una percentuale maggiore di sintetici rispetto alla sua collezione principale (rispettivamente 72% contro 61%).
- Zalando utilizza anche una quantità maggiore di poliestere per capo nella sua gamma sostenibile rispetto alla sua collezione principale. Considerando che queste fibre sono a base di combustibili fossili, questo è altamente incongruo con l'etichetta ecologica applicata alla collezione.
- Dei prodotti analizzati in tutti i marchi, il 6% conteneva sintetici riciclati provenienti da bottiglie in PET, tuttavia, nonostante la mancanza di una vera circolarità per i sintetici riciclati, questo era il gesto (simbolico) principale dei marchi verso la sostenibilità dei sintetici.

Perché è necessaria la legislazione

La nostra relazione dimostra chiaramente che la dipendenza dell'industria della moda dalle fibre sintetiche è lampante - e inevitabilmente peggiorerà, poiché nessun marchio si è impegnato chiaramente a cambiare rotta. Invece di affrontare la radice del problema - ridurre alla fonte la sovrapproduzione di fibre di plastica - le aziende di moda continuano a fare affidamento su tattiche di ritardo e distrazione, incluso il greenwashing dei loro prodotti discutibili per i consumatori. Ecco perché è più urgente che mai che i legislatori si facciano avanti e trovino soluzioni legislative efficaci per mettere l'industria della moda su una strada più sostenibile.

I legislatori devono adottare misure per spezzare il circolo vizioso della dipendenza da materiali sintetici economici e garantire che l'industria passi a una produzione responsabile basata sui principi di un'economia veramente circolare. La prossima strategia tessile dell'UE offre un'opportunità significativa per farlo. La Commissione Europea dovrebbe impegnarsi ad affrontare gli eccessi del modello fast fashion, che è intrinsecamente insostenibile. La Commissione dovrebbe introdurre schemi di responsabilità estesa del produttore (REP), con misure di progettazione ecocompatibile obbligatorie e ambiziose, e i marchi devono diventare responsabili della fine del ciclo di vita dei loro prodotti, che dovrebbero essere raccolti separatamente, riutilizzati, riparati e infine riciclati in modo sostenibile e rispettoso dell'ambiente attraverso un processo praticabile ed ecologicamente benigno da fibra a fibra.

Abbiamo anche bisogno di una regolamentazione dell'UE sulle dichiarazioni ecologiche, poiché la nostra indagine conferma che, nel selvaggio West del greenwashing, i marchi stanno attualmente facendola franca facendo un mare di dichiarazioni fuorvianti che non vengono contestate. La Commissione europea sta attualmente lavorando su “Empowering Consumers for the Green Transition” e “Substantiating Green Claims”,⁴ due nuove iniziative legislative che dovrebbero includere misure per evitare il greenwashing e rendere più affidabili le dichiarazioni sulla sostenibilità. La Commissione dovrebbe proporre norme obbligatorie per affrontare le dichiarazioni ingannevoli.

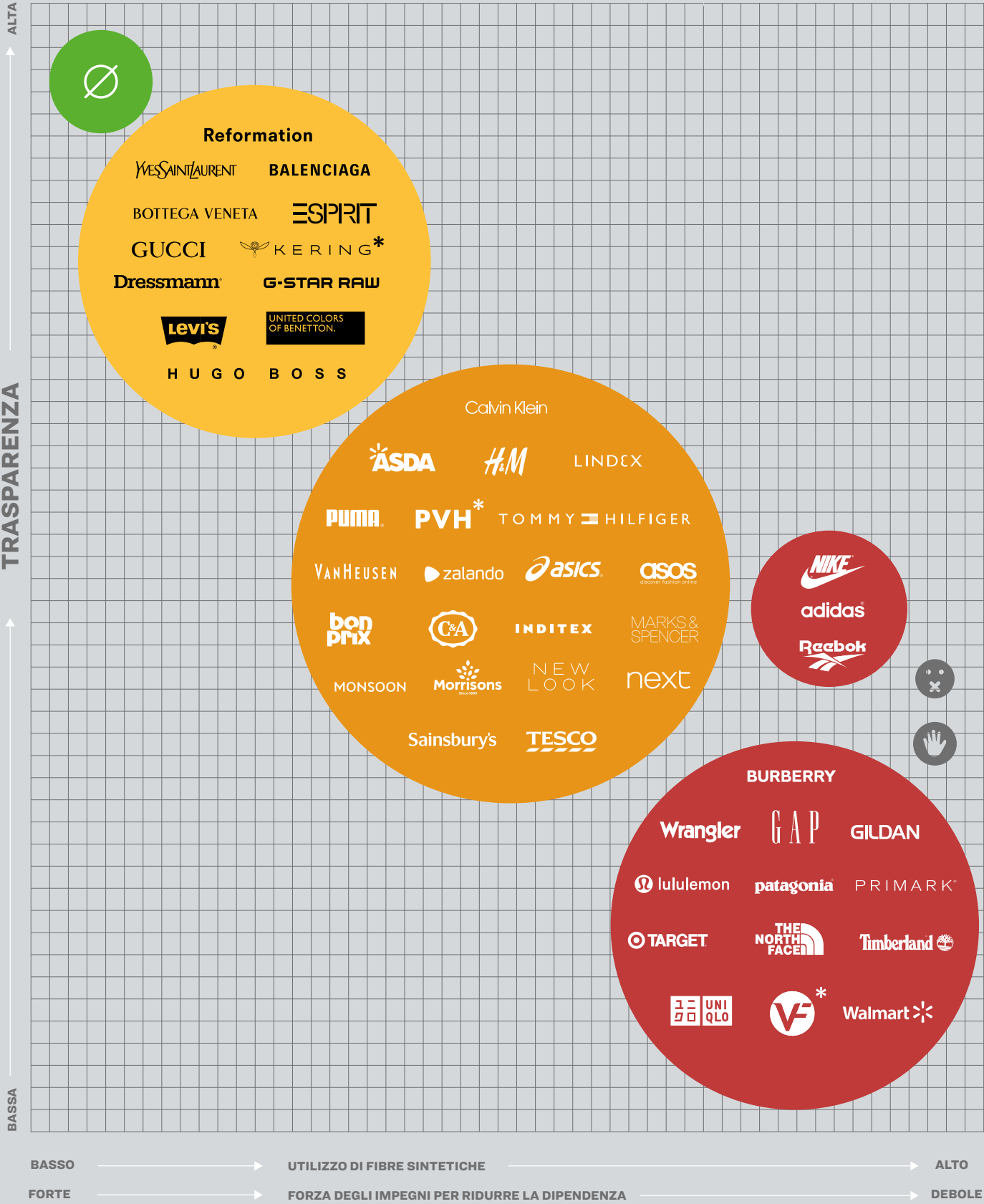
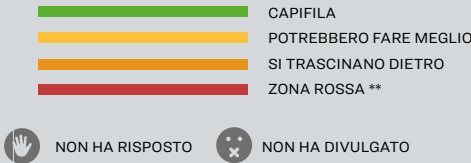
La Commissione dovrebbe inoltre prestare particolare attenzione all'aumento della trasparenza della catena di approvvigionamento e obbligare le aziende ad adottare la dovuta diligenza in merito ai diritti umani e alle violazioni ambientali.

Raccomandazioni specifiche per la Commissione europea, i marchi di moda, i rivenditori e i consumatori sono disponibili alla fine della relazione.

Dove si posizionano i marchi su trasparenza, utilizzo di fibre sintetiche e impegno per eliminarle?

- Capifila
- Potrebbero fare meglio
- Rimangono indietro
- Zona rossa

Dove si posizionano i marchi su trasparenza, utilizzo di fibre sintetiche e impegno per eliminarle?



Questa è una rappresentazione semplificata delle prestazioni delle aziende e non una classifica. Informazioni più dettagliate sono disponibili nella classifica nell'allegato II.

* I gruppi principali VF Corporation, PVH Corporation e Kering sono inclusi solo a scopo di riferimento perché hanno risposto per conto dei loro marchi o perché le politiche sono stabilite a livello di gruppo.

** Molti marchi sono nella zona rossa per mancanza di trasparenza e divulgazione, piuttosto che per un uso necessariamente elevato.

1 Tecnon Orbichem (2021) 'World synthetic fibres'. *S/Db-CHEM Market Overview*.

2 Remy, D., Speelman, E. and Swartz, S. (2016) 'Style that's sustainable: A new fast-fashion formula'. *McKinsey & Company*, 20 October. [ONLINE] Available at: <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>.

3 Changing Markets Foundation (2018) 'Majority of UK public feel clothing brands should be responsible for supply chain impacts'. [Press Release] 10 January. [ONLINE] Available at: http://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2019/01/UK_SUSFASHION_PR_FINAL.pdf.

4 European Environmental Bureau (2020) *EEB draft feedback: Empowering the consumer for the green transition*, 1 September. [ONLINE] Available at: <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12467-Empowering-the-consumer-for-the-green-transition/F547532>.

STAND
earth

**Clean
Clothes
Campaign**

 **Changing Markets**
FOUNDATION


RETORNA

PLASTIC
SOUP FOUNDATION

NO PLASTIC

IN MY SEA

**FASHION
REVOLUTION**