

L'INDUSTRIA DEL FAST FASHION PROMUOVE SOSTENIBILITÀ ED ETICA MA È PER LO PIÙ GREENWASHING



Un nuovo rapporto di Greenpeace Germania mostra che mentre l'industria del fast fashion sta promuovendo sempre più la sostenibilità e migliori condizioni di lavoro, si tratta per lo più di greenwashing, ossia ecologismo di facciata.

“Anche dieci anni dopo il Rana Plaza, l'industria della moda continua a sfruttare le persone e a distruggere l'ambiente”, afferma Viola Wohlgemuth, esperta di protezione delle risorse di Greenpeace. “Pubblicizzare la sostenibilità su un'etichetta, quando volumi crescenti di vestiti sono fatti di plastica usa e getta in condizioni di lavoro catastrofiche, è solo greenwashing”.

Le aziende creano le etichette stesse utilizzando termini come “Sostenibile”, “Verde” o “Giusto”.

Greenpeace ha indagato fino a che punto questa promozione da parte delle aziende leader del settore fast fashion sia effettivamente giustificata da una migliore produzione. Ad esempio, l'uso di sostanze chimiche dannose per l'ambiente e la salute è stato controllato in base ai dati riportati e misurati sulle acque reflue delle fabbriche. È stata inoltre esaminata la misura in cui i dipendenti ricevono salari di sussistenza e il pubblico ha accesso ai dati sulle catene di approvvigionamento. [Qui il report completo](#)

La sovrapproduzione di tessuti plastici crea enormi problemi ambientali. Il volume di tessuti non riciclabili realizzati con fibre sintetiche prodotte sta aumentando rapidamente.

Nel 2014 sono stati prodotti 100 miliardi di capi di abbigliamento all'anno, che saliranno a oltre 200 miliardi entro il 2030. Meno dell'uno per cento di tutto l'abbigliamento è realizzato con fibre tessili riciclate.

La sovrapproduzione dell'industria del fast fashion porta ad enormi montagne di spazzatura che si accumulano nel Sud del mondo, distruggendo l'ambiente e le condizioni di vita. La situazione per i lavoratori rimane miserabile. "Invece di vestiti di plastica di nuova produzione e greenwash, i consumatori hanno davvero bisogno di opzioni come noleggiare vestiti, comprarli di seconda mano e riparare e riusare i propri: una vera sostenibilità che deve diventare lo standard", afferma Wohlgemuth.

Le etichette che hanno ottenuto punteggi migliori sul tema sono (almeno in Germania):

COOP Naturaline

Vaude Green Shape

Segue

Tchibo Gut Gemacht

(Well Made)

Scarsi i risultati secondo l'analisi di Greenpeace Germania per i marchi 'eco'

Benetton Green Bee
C&A Wear the Change
Calzedonia Group
Decathlon Ecodesign
G-Star Responsible Materials
H&M Conscious
Mango Committed
Peek & Cloppenburg We Care Together
Primark Cares
Tesco F&F Made Mindfully
Zara Join Life