Il greenwashing è ancora un grande problema per il settore della moda

Sono molte le aziende attive nel *fast fashion* che descrivono i loro capi come frutto di una **produzione sostenibile** – utilizzando nelle etichette parole come “eco”, “green” e “cares” – e che si dicono in prima linea per la promozione di migliori condizioni di lavoro. In molti casi, però, tali informazioni non sono veritiere, trattandosi invece di ***greenwashing***, ovvero “ecologismo di facciata”. Lo ha svelato l’ultimo report di Greenpeace Germania, che ha analizzato i **dati riportati sulle etichette** degli indumenti di 29 aziende che aderiscono alla campagna Detox, lanciata dalla stessa organizzazione (che chiede di eliminare le sostanze tossiche per l’uomo e inquinanti per l’ambiente dai capi d’abbigliamento), e quelle di marchi internazionali come Decathlon e Calzedonia/Intimissimi.

Tantissime le anomalie appurate. Tra le più numerose, etichette **presentate come certificate** ma che in realtà derivano da programmi di sostenibilità aziendali, l’assenza di una verifica di terze parti o della valutazione del rispetto dei migliori standard ambientali e sociali, la mancanza di un **sistema di tracciabilità delle filiere** e una falsa narrazione sulla circolarità. Inoltre è stato più volte registrato il ricorso massiccio a **termini fuorvianti** come “sostenibile” o “responsabile” associato a materiali che registrano *performances* ambientali solo leggermente migliori rispetto alle fibre vergini o convenzionali, il continuo ricorso a mix di fibre come il “Polycotton o Policotone” spesso presentato come più ecologico, nonché la scelta di affidarsi all’**indice Higg** (strumento assolutamente parziale) per valutare la sostenibilità dei materiali.

Le uniche iniziative che hanno ottenuto buoni risultati sono quelle di **COOP “Naturaline”** e **Vaude “Green Shape”**. Bocciati, tra gli altri, anche Decathlon “Ecodesign”, H&M “Coscious” e Zara “Join Life”. Per quanto riguarda i marchi italiani sotto esame, **Benetton** e **Calzedonia**, i risultati sono negativi: nel primo caso sono state appurate in particolare storture e inaccuratezze su quantità e qualità della produzione, nonché sulla definizione ingannevole di “cotone sostenibile”; nel secondo sono state registrate irregolarità sulle dichiarazioni riferite alla tracciabilità delle filiere e sulla gestione delle sostanze chimiche pericolose.

Secondo Greenpeace, un ricorso così marcato al *greenwashing* genera “**confusione nelle persone**, spinte a credere di acquistare prodotti sostenibili ma che in realtà non lo sono”. Infatti, “mentre si pubblicizza una **sostenibilità inesistente**, in realtà sono in costante aumento gli abiti fatti di plastica usa e getta derivante dal petrolio, non riciclabili e per lo più prodotti in **condizioni di lavoro inaccettabili**“.

[di Stefano Baudino]