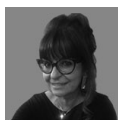


NOUL PLAN EUROPEAN DE ACȚIUNE PRIVIND ECONOMIA CIRCULARĂ ÎN MATERIA TEXTILELOR. CONSUMATORUL CONȘTIENT



Conf. dr. Carmen Adriana GHEORGHE¹



Conf. dr. Roxana MATEFI²

Abstract

Where do we find the consumption, the consumer of clothes and the fashion in the U.E. plans, the one that aims to implement the circular economy? How will the European authority manage to integrate and make the slow fashion consumer a link with great decision-making power in the vertical chain of the fashion industry? What is the future of the big clothing and fashion manufacturers? Here are some current issues that overlap with combating concerns of sui generis phenomena that have appeared in all compartments of social life – economic, legal, ethical, aesthetic.

Keywords: *sustainability, environment, textiles, legal regulations, responsibility.*

I. Introducere

Prezentul studiu impune ca definierea unui stil de viață sustenabil să se facă și prin evaluarea comportamentului consumatorului generic, al celui care consumă, firesc, nu numai bunuri de folosință îndelungată, produse de creditare sau alimente, ci și haine și modă. Așa cum avem clar definit conceptul de fast food, tot așa putem să ne raportăm la un alt fel de consum de tip fast, și anume cel de-al doilea mare poluator – fast – fashion-ul. Uriașul impact negativ asupra mediului natural nu mai poate fi ignorat, căci hainele nu mai sunt doar un element estetic ce apare din neant, ci ele sunt produse din fibre mai mult sau mai puțin sustenabile,

¹ Universitatea Transilvania din Brașov, Facultatea de Drept.

² Universitatea Transilvania din Brașov, Facultatea de Drept.

sunt confecționate de lucrători cu drepturi mai mult sau mai puțin respectate și sunt vândute ca fiind mai mult sau mai puțin sustenabile printr-o publicitate care ascunde în numeroase cazuri o politică dură de *greenwashing*. Textilele și hainele sunt în jurul nostru, cantitatea uriașă care se produce și se aruncă sau se arde, aspecte trecute cu vederea ale unei producții devastatoare, față de natură au atras atenția autorităților europene, astfel încât, prin identificarea verigilor slabe ale lanțului vertical al producției de modă, să se impună reglementări și să se ajungă de la o producție sustenabilă la un consum *slow*, conștient și educat.

II. Rezoluția Parlamentului European din 10 februarie 2021 referitoare la noul plan de acțiune privind economia circulară pe anii 2020-2027

Strategia U.E. privind textilele și hainele își găsește reglementarea și în Noul plan de acțiune privind economia circulară (cu motto-ul „Pentru o Europă mai curată și mai competitivă”)³, care stă la baza Rezoluției Parlamentului European din 10 februarie 2021 referitoare la noul plan de acțiune privind economia circulară pe anii 2020-2027⁴.

„Nu există decât o singură planetă Pământ, însă până în 2050 lumea va consuma ca și cum ar exista trei astfel de planete” – este fraza introductivă a Noului plan de acțiune privind economia circulară, enunțat mai sus, și care exprimă o realitate ce nu mai poate fi ignorată și care impune adoptarea cu celeritate a unor măsuri responsabile de natură să reducă acest consum excesiv, ale cărui consecințe sunt tot mai dăunătoare.

Cât privește produsele textile, documentul menționează faptul că acestea „ocupă al patrulea loc în lista categoriilor de produse cu cea mai mare presiune în privința utilizării materiilor prime principale și a apei, după alimente, locuințe și transporturi, și al cincilea loc în privința emisiilor de gaze cu efect de seră”, estimându-se că un infim procent de sub „1 % din toate textilele din întreaga lume sunt reciclate în produse textile noi”.

În acest context, Comisia Europeană propune o „o strategie cuprinzătoare a UE pentru textile”, printre măsurile propuse fiind incluse:

„• aplicarea la cazul textilelor a noului cadru privind produsele sustenabile, inclusiv prin instituirea unor măsuri de proiectare ecologică menite să asigure că produsele textile sunt adaptate pentru circularitate, prin asigurarea utilizării de materii prime secundare, prin controlul prezenței substanțelor chimice periculoase și prin capacitatea întreprinderilor și a consumatorilor privați să aleagă textile sustenabile și să aibă acces facil la reutilizare și servicii de reparare;

³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/DOC/?uri=CELEX:52020DC0098&qid=1630823687422&from=EN>.

⁴ https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-02-10_RO.html.

- îmbunătățirea mediului de afaceri și de reglementare pentru textilele sustenabile și produse prin economia circulară în UE, în special prin oferirea de stimulente și sprijin pentru modelele de afaceri de tip «produs ca serviciu», pentru adoptarea principiilor circularității în ceea ce privește materialele și procesele de producție, precum și prin sporirea transparenței prin intermediul cooperării internaționale;

- furnizarea de orientări în scopul atingerii unor niveluri ridicate de colectare separată a deșeurilor textile, pe care statele membre trebuie să le asigure până în 2025;

- stimularea sortării, reutilizării și reciclării textilelor, inclusiv prin inovare și prin încurajarea aplicațiilor industriale și a măsurilor de reglementare, cum ar fi răspunderea extinsă a producătorilor.”

Cât privește Rezoluția din 10 februarie 2021 referitoare la noul plan de acțiune privind economia circulară pe anii 2020-2027, Parlamentul European „subliniază importanța unei noi strategii cuprinzătoare a UE pentru textile, pentru a promova durabilitatea și circularitatea, precum și trasabilitatea și transparența în sectorul textilelor și al confecțiilor din UE, ținând seama de caracterul global al lanțurilor valorice și de dimensiunea «modei de consum»”.

Potrivit aceleiași rezoluții, se impune ca „strategia să prezinte un set coerent de instrumente de politică și să sprijine noi modele de afaceri, pentru a aborda întreaga gamă de impacturi sociale și de mediu de-a lungul întregului lanț valoric și pentru a îmbunătăți proiectarea textilelor, cu scopul de a crește durabilitatea, potențialul de reutilizare și reciclare mecanică și utilizarea fibrelor de înaltă calitate, în special printr-o combinație de cerințe de proiectare ecologică, sisteme de responsabilitate a producătorilor și sisteme de etichetare”.

III. Atitudinea cetățenilor europeni cu privire la problemele de mediu prin raportare la industria textilă

Societatea globalizată în care trăim începe să devină tot mai conștientă de potențialele riscuri ale propriilor sale acțiuni în ceea ce privește mediul, unul dintre riscurile majore fiind schimbările climatice, un fenomen ale cărui efecte sunt din ce în ce mai evidente.

Industria textilă este legată și ea de fenomenul încălzirii globale, în condițiile în care este considerată printre cele mai poluante industrii, producând 1.2 bilioane de tone de CO₂ pe an, ceea ce echivalează cu mai multe emisii decât zborurile internaționale și transporturile maritime⁵.

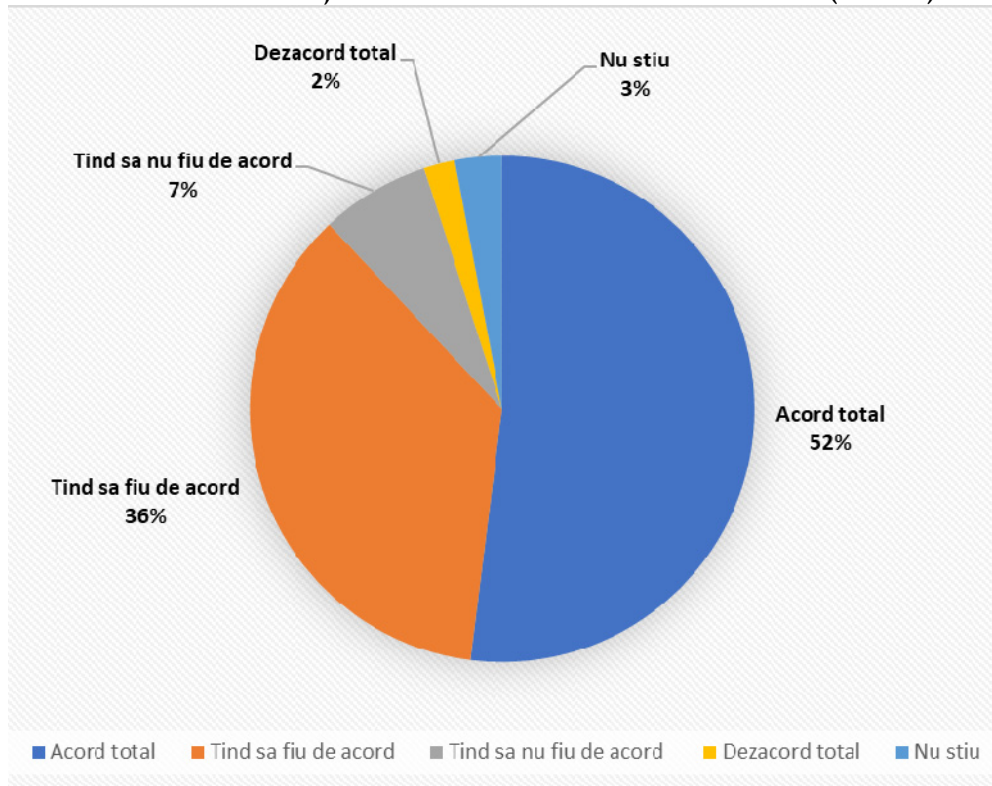
⁵ *A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future* (Ellen MacArthur Foundation, 2017) *apud* <https://www.nature.com/articles/s41558-017-0058-9>.

În acest context, considerăm includerea în acest studiu a concluziilor a unui sondaj de opinie Eurobarometru realizat cu privire la atitudinea cetățenilor europeni legat de problemele de mediu, sondaj publicat în martie 2020, pe site-ul UE.

Potrivit acestui studiu, 88% dintre respondenți consideră că îmbrăcămintea ar trebui să dureze mai mult decât durează în prezent, în timp ce numai 9% dintre respondenți nu sunt de acord cu această afirmație.

QA13.1 *Precizați vă rog în ce măsură sunteți sau nu de acord cu fiecare dintre afirmațiile următoare referitoare la problemele de mediu și condițiile de muncă legate de îmbrăcăminte*

Hainele trebuie confecționate astfel încât să dureze mai mult (% - EU)



Număr de respondenți - 27 498.

Fig. 1. Sondaj de opinie Eurobarometru cu referitor la atitudinea cetățenilor europeni în privința mediului

(Sursa <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2257>)

Cea mai mare proporție a respondenților care au fost de acord cu afirmația potrivit căreia hainele ar trebui făcute astfel încât să dureze mai mult s-a înregistrat în Finlanda - 96%, Suedia - 95%, Portugalia - 94%, Slovenia - 94%, în timp ce proporția cea mai mică o regăsim în România - 80%, Malta - 81% și Danemarca - 83%.

Întrebați dacă hainele ar trebui să fie făcute numai din materiale reciclabile, 77% dintre respondenți au răspuns afirmativ (90% în Cipru, comparativ cu 43% în Estonia), în timp ce 19% au oferit un răspuns negativ.

Întrebați cu privire la hainele second-hand, 34% dintre respondenți au exprimat un acord total cu privire la faptul că acestea ar trebui promovate mai mult, 40 % dintre participanții la studiu tind să fie de acord cu necesitatea unei mai mari promovări a acestui tip de haine, în timp ce procentajul celor care nu sunt de acord cu afirmația că hainele second-hand trebuie promovate mai mult este de 20%.

Un procent de 60% dintre respondenți a fost total de acord cu afirmația potrivit căreia firmelor ar trebui să li se ceară să asigure condiții bune de muncă atât în interiorul Uniunii Europene, cât și în afara ei, 32% tind să fie de acord cu această afirmație, în timp ce doar 5% nu sunt de acord.

O altă întrebare a studiului s-a referit la etichetarea hainelor, respectiv în ce măsură eticheta trebuie să furnizeze informații cu privire la impactul hainelor asupra mediului și cu privire la condițiile de muncă în care acestea au fost produse. 48% dintre cei chestionați au fost total de acord, 38% tind să fie de acord și doar 11% nu au fost de acord.

La întrebarea dacă *Hainele ar trebui să fi disponibile la cel mai mic preț posibil, indiferent de mediu sau de condițiile de muncă în care au fost făcute*, răspunsurile au fost cele de mai jos:

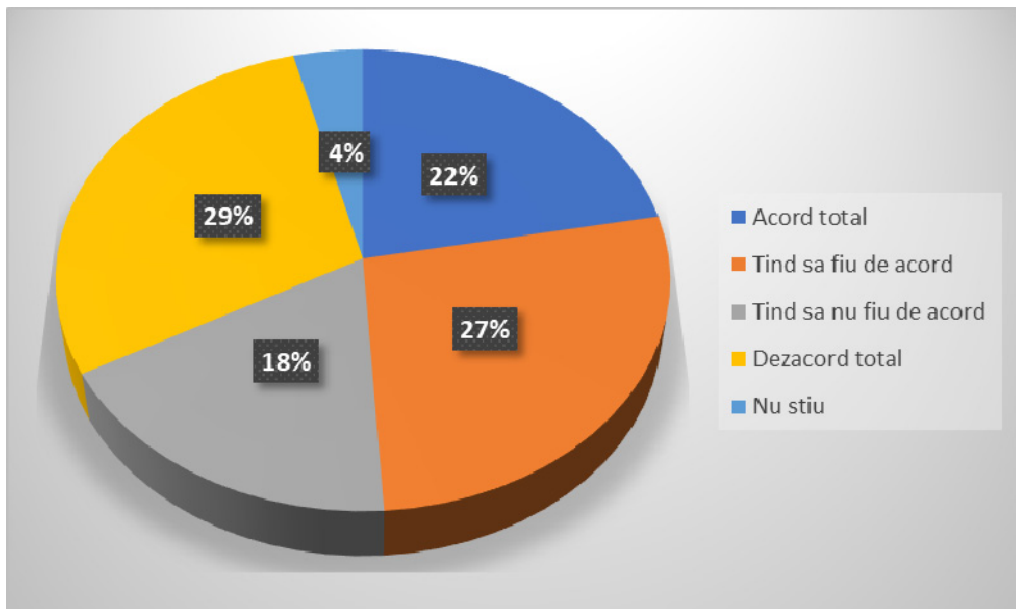


Fig. 2. Sondaj de opinie Eurobarometru cu referitor la atitudinea cetățenilor europeni în privința mediului
(Sursa <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2257>)

Diferențele dintre diferitele state europene au fost semnificative.

În timp ce 82% dintre bulgari și 81% dintre maghiari sunt de acord cu această afirmație, în Suedia, de exemplu, 82% dintre respondenți nu sunt de acord.

82% dintre cetățenii UE consideră că nu există informații suficiente disponibile cu privire la problemele de mediu și condițiile de muncă legate de textile, în timp ce 14% consideră că informația este suficientă.

35% dintre respondenți sunt total de acord cu afirmația că multe produse pretind a fi prietenoase cu mediul, însă nu pot avea încredere că acest lucru este real, 47% dintre ei tind să fie de acord cu această afirmație, iar 13% nu sunt de acord.

Potrivit figurii de mai jos, 87% dintre respondenți sunt de acord cu afirmația potrivit căreia trebuie să existe reguli mai stricte atunci când se determină impactul asupra mediului și doar 8% dintre respondenți nu au fost de acord.

QA14.3 Precizați vă rog în ce măsură sunteți de acord sau nu cu fiecare dintre afirmațiile de mai jos referitoare la problemele de mediu și condițiile de muncă legate de îmbrăcăminte.

Este necesar să existe reguli mai stricte când se determină impactul asupra mediului sau a altor aspecte legate de mediu (% - EU)

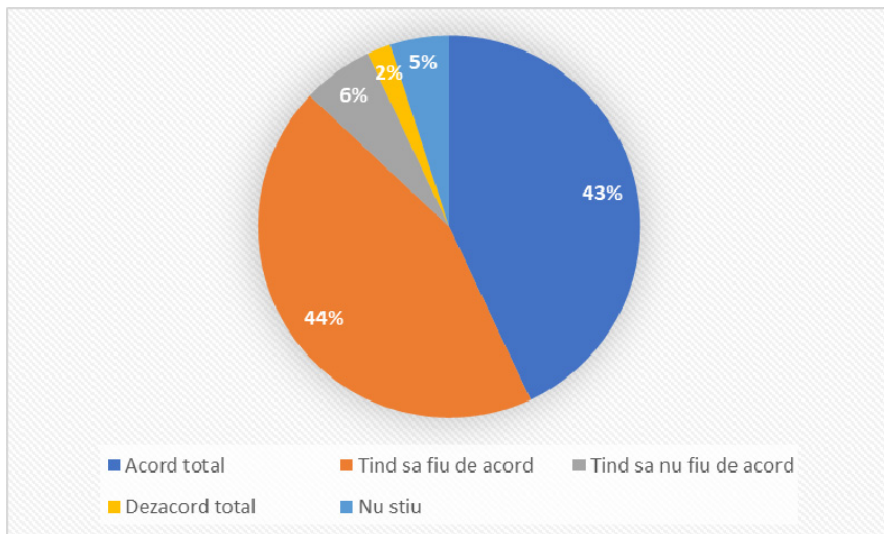


Fig. 3. Sondaj de opinie Eurobarometru cu referitor la atitudinea cetățenilor europeni în privința mediului
(Sursa <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2257>)

Întrebați cu privire la cât de mult îi preocupă dacă hainele lor sunt sau nu prietenoase cu mediul, 10% dintre respondenți menționează că nu sunt deloc interesați de acest aspect, 23% tind să nu fie de interesați, în timp ce 65% se declară interesați.

IV. Concluzii

În condiții în care societatea în care trăim este din ce în ce mai conștientă de riscurile majore ale propriilor sale acțiuni în ceea ce privește efectele asupra mediului, iar industria textilă se dovedește a fi printre cele mai poluante, adoptarea unor măsuri sustenabile la nivel european și internațional este o necesitate stringentă.

Prin rezoluția sa, Parlamentul European este așteptat să întărească importanța unor cuvinte-cheie pentru un viitor sustenabil: durabilitate, circularitate/reciclare, trasabilitate și transparență. S-a obținut, deocamdată, recunoașterea textilelor ca produse-cheie în lanțurile valorice, în sensul că acestea nu servesc la fabricarea unei supraproducții de haine și de obiecte de multe ori inutile. Celelalte produse-cheie pe lanțurile valorice sunt ambalajele, materialele plastice, construcțiile și clădirile, alimentele, apa, nutrienții, bateriile și vehiculele, produsele electronice și TIC.

Bibliografie

- *A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future* (Ellen MacArthur Foundation, 2017) *apud* <https://www.nature.com/articles/s41558-017-0058-9>;
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/DOC/?uri=CELEX:52020DC0098&qid=1630823687422&from=EN>;
- https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-02-10_RO.html;
- <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2257>.