

**SUSTENABILITATEA –  
TRENDUL ACTUAL ÎN INDUSTRIA DE MODĂ CONTEMPORANĂ**

**SUSTAINABILITY –  
THE ACTUAL TREND IN CONTEMPORARY FASHION INDUSTRY**

**MAIA VESTE<sup>2</sup>,**  
lector universitar,  
Academia de Muzică Teatru și Arte Plastice

**CZU 687.016**

*Autorul relatează despre impactul negativ al industriei de modă care are o influență majoră asupra mediului, fiind responsabilă pentru poluarea apelor, pentru emisiile de carbon și pentru cantitățile mari de deșeuri. În articol sunt relatate problemele actuale cauzate de dezvoltarea rapidă ale acestei industrii. Se argumentează că identificarea proceselor care sunt cele mai dăunătoare mediului în lanțul de producție și acțiune a industriei fashion ar putea aduce o contribuție semnificativă la schimbările climatice. În acest sens, autorul afirmă că toți participanții la aceste procese trebuie să depună eforturi pentru a regândi producția și profitabilitatea industriei textile, excluzând metodele care dăunează mediului.*

**Cuvinte-cheie:** modă rapidă, industria de modă, deșeuri textile, schimbări climatice, dezvoltare durabilă, fibre ecologice

---

1 Cuvântul de bun venit scris de Marilen Pirtea, Rectorul Universității de Vest din Timișoara, prezentat în albumul omagial al celor 30 de ani de aniversare a Facultății de Arte și Design din Timișoara.

2 E-mail: mayvest76@mail.ru

The author talks about the negative impact of the fashion industry that vastly affects the environment, being responsible for the water pollution, carbon emissions and great quantities of waste. This article emphasises all the actual problems caused by the development of this industry. It mentions that the identification of the processes that damage the environment the most from the chain of production and activity of the fashion industry, may contribute significantly against climate changes. By supporting this idea, the author says that all the participants in this process have to make great efforts to reorganise the production and the profit of the textile industry, excluding the methods that damage the environment.

**Keywords:** fast fashion, fashion industry, textile waste, climate changes, sustainable development, ecological fibers

## Introducere

Ecologia este unul dintre puținele domenii ale vieții care afectează toată lumea și ne privește în mod direct pe fiecare dintre noi. Oamenii interacționează zilnic cu mediul ambiant și afectează situația ecologică din jur, activitatea umană fiind motivul principal al crizei actuale.

Având un impact direct asupra mediului, industria de modă este responsabilă pentru poluarea apelor (20%), pentru emisiile de carbon (10%) și pentru cantitățile mari de deșeuri. Astfel, producția de îmbrăcăminte, încălțăminte și accesorii, deși pare invizibilă, este foarte dăunătoare naturii. Depozitele, pline cu stocuri nevândute, poluează bazinele de apă și distrug stratul de ozon. Încălzirea globală provoacă secarea lacurilor și râurilor, lăsând marii producători de bumbac din China și India cu deficit de apă. Oamenii, de asemenea, sunt afectați negativ, lucrând în industria textilă cu substanțe chimice nocive care provoacă probleme grave de sănătate [1].

Potrivit ultimelor cercetări în acest domeniu, prognozele nu sunt optimiste, încălzirea globală evoluează din ce în ce mai mult, iar vina o poartă, în mare parte, oamenii. În timp ce în toată lumea se caută și se implementează metode pentru o dezvoltare durabilă, rezultatele evoluează cu pași mici, informarea societății, în acest sens, aduce o contribuție vizibilă la dezvoltarea modei etice, având potențialul de a deveni un fenomen global.

## Impactul negativ al industriei de modă

Companiile de modă *Fast fashion* (modă rapidă) lansează produse noi cu viteză enormă, ceea ce a contribuit la modificarea comportamentului consumatorului pentru totdeauna. Unele mărci de producție vestimentară, între calitate și cantitate, din păcate, aleg cantitatea, producând atât de mult încât, după câteva spălări, hainele își pierd aspectul estetic și ajung la gunoi. Companiile de producție de masă pot produce până la 52 de colecții pe an (în loc de patru), astfel încât articolele noi să poată ajunge în magazine în fiecare săptămână. Lucrurile din producția de masă rămân, în majoritatea cazurilor, neutilizate și se transformă în deșeuri mai repede decât ne dăm seama de impactul lor negativ asupra ecosistemului planetei (*Figura 1*) [1].

*Figura 1.* Stocuri de haine nevândute.



Sursa: <https://soberger.ru/v-chem-opasnost-fast-feshn-i-kak-my-mozhem-sdelat-vybor-v-polzu-ekologii-vo-vremya-shopping/> [1].

În anul 2017, Compania *H&M* a anunțat solduri nevândute în sumă de 4,3 miliarde de dolari, în timp ce unele mărci de lux preferă să le distrugă. De exemplu, *Burberry* într-un an a ars propriile produse în valoare de 37,8 milioane de dolari. Numai în America se acumulează anual peste 15 milioane de tone de îmbrăcăminte uzată și peste 10 milioane de tone ajung în depozitele de deșeuri. În fiecare secundă un camion plin cu textile se îndreaptă spre groapa de gunoi, unde stocurile de haine sunt aruncate sau incinerate [2].

Cumpărarea de lucruri a încetat să mai fie un lux și a devenit o deprindere obișnuită pentru petrecerea timpului liber. Conform datelor statistice, în America circa 40% din hainele cumpărate sunt purtate nu mai mult decât o singură dată; 3,6 miliarde de articole din garderobă rămân cu etichetele intacte, ceea ce reprezintă 57 unități la o persoană. În medie, astăzi cumpărăm haine și accesorii cu 60% mai mult decât în anul 2000 și cu 400% mai mult decât în urmă cu două decenii, iar din punct de vedere al nivelului de daune aduse mediului, industria modei poate fi comparată doar cu industria petrolieră [2].

În anul 2012, revista „Natural Science” a publicat un raport potrivit căruia vopsirea și prelucrarea finală a țesăturilor (țesături în general, nu doar textile pentru îmbrăcăminte) este a doua, după agricultură, sursă de poluare a apelor dulci. Se întâmplă din cauza pesticidelor și substanțelor chimice care intră în apă la cultivarea bumbacului și apoi la vopsirea țesăturilor și eliberarea gazelor dăunătoare în timpul producției materialelor sintetice și transportului produselor finite. Astfel, în anul 2015, acest sector industrial a emis în atmosferă 1,2 miliarde tone de gaze cu efect de seră – aceasta este mai mult decât toate avioanele și navele din lume produse în aceeași perioadă. De asemenea, nivelul de poluare a mediului de sectoarele industriei de modă reprezintă o cincime din poluarea totală a apelor dulci din lume [2]. Aproape patru mii de litri de apă sunt necesari pentru a produce o pereche de blugi, proces care include: cultivarea bumbacului, producția în sine, transportul și spălarea blugilor. Daunele aduse naturii în acest caz sunt echivalente cu emisiile de 33,4 kg de carbon sau emisiile rezultate dintr-un raliu cu distanța de 111 kilometri [3].

Ecologistul Mark Brown a ajuns la concluzia că 85% din micro-plasticele din probele sale examinate erau fibre de nailon, astfel, după fiecare spălare în mașinile de uz casnic, aproximativ 1.900 de fibre sintetice ajung în mediul ambiant. La spălarea lucrurilor, microparticulele de plastic și alte substanțe toxice ajung în aer și poluează rezervoarele și apa potabilă, 20 la sută din poluanții apei provin din industria textilă. Conform unor estimări, aceasta este originea a aproximativ o treime din totalul micro-plasticelor din apa oceanului. Drept urmare, ingerăm în medie 120.000 de particule de micro-plastice pe an – și cele mai multe dintre ele rămân în corpul uman [2].

### **Dezvoltarea durabilă. Ce acțiuni se întreprind**

Ca atenționare la această problemă, organizațiile neguvernamentale din Uniunea Europeană lansează proiecte sustenabile, care intenționează să schimbe modul în care cumpărăm, folosim și reciclăm îmbrăcăminte: să donăm ce poate fi refolosit și să reciclăm restul hainelor. Inițiativa se înscrie în cadrul global de acțiuni pentru Obiective de Dezvoltare Durabilă, pe care și Moldova s-a angajat să le atingă până în anul 2030 [4].

*Sustenabilitatea* sau „*dezvoltarea durabilă*” este unul din trendurile principale ale anilor 2019-2021 și presupune o serie de măsuri pentru restabilirea echilibrului pe planetă. Aceasta include: evitarea folosirii plasticului, tratarea etică a angajaților, reciclarea și refolosirea articolelor, reducerea costurilor de expediere a mărfurilor etc. Dar, în primul rând, dezvoltarea durabilă reprezintă interacțiunea dintre industrie și mediu, pentru că, la moment, industria globală se mișcă pe o cale „instabilă”, din cauza căreia întreaga umanitate ar putea cădea într-un dezastru ecologic [5].

Problema dezvoltării durabile este departe de a fi nouă și constituie un subiect de interes general pentru toate țările lumii. În ultimul deceniu creșterea capacităților și capacităților de producție care s-au extins pe plan global a condus omenirea la revederea valorilor și moderarea consumului pentru

a nu se sufoca de încălzirea globală și de enormitatea tonelor de plastic. Tema poluării mediului cu micro-plastice, inclusiv cu fibre sintetice, care se găsesc acum în apa potabilă, în nisipul de pe plajă, în scoicile de midii este intens discutată încă din anul 2011. Câțiva ani mai târziu, *sustenabilitatea* a devenit un cuvânt viral – și de atunci a câștigat numai popularitate.

În sfârșit, în anul 2019, moda a înaintat în mod imperios problema dezvoltării durabile. Agenția britanică de marketing „Enviral” a numit anul 2019 „Anul sustenabilității”. Sustenabilitatea pare să devină o necesitate pentru orice marcă de producție care își menține reputația. Despre necesitatea revizuirii problemei producției și a consumului conștient vorbesc atât mărcile de producție mici cât și brandurile gigante. Al zecelea summit de modă de la Copenhaga a fost consacrat producerii durabile, iar Franța interzice distrugerea articolelor nevândute din seria de lux [5].

Industria modei poate aduce o contribuție semnificativă la schimbările climatice, în principal, prin volumele sale gigantice de producție. Este necesară identificarea proceselor care sunt cele mai dăunătoare mediului în lanțul de producție și acțiune, iar toți participanții la aceste procese trebuie să depună eforturi pentru a regândi producția și profitabilitatea industriei textile, excluzând metodele care dăunează mediului.

La moment, marile companii internaționale sunt preocupate de dezvoltarea durabilă. *Global Fashion Agenda*<sup>1</sup> estimează că 12,5% din piața mondială a modei, în special, mărcile mari, precum *Nike*, *adidas*, *Levi's*, *Gucci*, *Saint Laurent*, *Balenciaga* ș.a., și-au stabilit obiectivul de a atinge un nou nivel de durabilitate în producție. Pentru a sprijini biodiversitatea, producătorii trec la alternative ecologice de ambalare a produselor. Una câte una, mărcile lansează inițiative de sustenabilitate: *Prada* și *Gucci* refuză folosirea blănurilor naturale, se stabilesc noi standarde pentru tratarea animalelor [6]. *Stella McCartney* este conducătorul proiectului ONU privind combaterea poluării mediului și schimbările climatice. Casa de modă *Chanel* a renunțat la pielea exotică și investește în eco startup-uri. *Prada*, în parteneriat cu producătorul italian de fibre sintetice *Aquafil*, lansează pungi reciclate din nailon care sunt produse din fibre obținute din deșeurile de plastic găsite în ocean: plase de pescuit, fibre textile etc. *Burberry*, de asemenea, a încetat să folosească blănuri naturale și să distrugă produsele nevândute (rămase în stocuri) [2].

Mărcile sportive, la rândul lor, urmăresc în mod activ inițiativele ecologice. Până în 2024, *Adidas* intenționează să treacă la utilizarea materialelor plastice reciclate nu numai în producție, ci și în birourile, magazinele și depozitele sale. Astfel, anual se vor economisi aproximativ 40 de tone de plastic. Colecția „Adidas primăvară-vară 2019” a fost confecționată în proporție de 41% din poliester reciclat. Compania *Nike* lansează un site web pentru a ghida consumatorii cu privire la dezvoltarea durabilă. De mai multă vreme, această companie este preocupată de mediu, de aceea își concentrează atenția asupra reciclării și reducerii daunelor cauzate de producția de materiale noi. Prin tratarea deșeurilor ca o resursă, *Nike* a lansat adidași cu talpă confecționată din resturi reciclate în proporție de 75%. Materialul pestrîț folosit la fabricarea lor este un praf din poliester și plastic zdrobit, care constituie acum un semn distinctiv al produselor durabile *Nike*. La proiectarea suprafeței textile pentru adidași compania și-a propus să utilizeze cât mai puțini coloranți și căldură termică. Pentru a transpune în practică această tehnologie, compania a folosit tricouri, deșeuri textile rămase de la producție și poliester, pe care le-a măcinat și le-a țesut fără adăugarea coloranților. În cadrul programului *Reuse-A-Shoe*, lansat în 1993, *Nike* a propus clienților săi să aducă adidașii uzați în magazinele companiei. Din încălțăminte măcinată a fost creat materialul *Nike-Grind*<sup>2</sup>, care apoi a fost folosit pentru acoperirea

1 Global Fashion Agenda este un forum global, lider în domeniul sustenabilității în modă, fondat în 2016 și ancorat în cadrul Copenhaga Fashion Summit, cel mai important eveniment mondial în domeniul sustenabilității în industria modei. Global Fashion Agenda avansează o misiune pe tot parcursul anului pentru a mobiliza industria și comunitatea internațională a modei pentru a transforma modul de producție și consum în modă.

2 Materialele Nike Grind sunt confecționate în mare parte din deșeuri post-industriale, dar includ și utilizarea încălțăminte uzate și defecte: <https://www.nikegrind.com/materials/>.

terenurilor de baschet și a pistelor de alergare. Astăzi materialul *Nike-Grind* este fabricat din deșeuri industriale, din adidași uzați și este folosit la confecționarea noilor produse [6].

În timp ce moda rapidă s-a dovedit a fi principala amenințare pentru mediu, mărcile mari de producție în masă încearcă să remedieze daunele. Brandurile *H&M*, *Zara* și *Mango* au lansat linii de producție vestimentare care utilizează materiale reciclate. Reprezentanții mărcilor asigură că sunt gata să poarte un dialog cu clienții despre consumul responsabil în modă și despre modul în care aceștia pot contribui la conservarea mediului împreună cu ei. Tot mai frecvent se lansează campanii întregi dedicate consumului conștient și atitudinii responsabile față de lucruri: se colectează haine pentru reciclare și se folosesc materiale ecologice. Până în 2030 companiile își propun obiective ambițioase – trecerea completă la materiale durabile sau reciclate în toate produsele sale [6].

Recent, *H&M* a lansat o nouă colecție de îmbrăcăminte durabilă pentru ocazii speciale. În fiecare colecție a liniei sunt folosite noi materiale ecologice: *Piñatex* – un înlocuitor de piele pe bază fibrelor de celuloză din frunze de ananas, *Bloom Foam* – spumă elastică din biomasă de alge. Fibra de portocalie *Orange fiber* este similară cu țesătură de mătase, se produce din coaja de citrice, care rămâne de la producerea sucurilor (**Figura 2**) [7]. În anul 2018, ponderea materialelor ecologice în gama de produse *H&M* a depășit 57%. Numai în Rusia au fost colectate 1.555 tone de îmbrăcăminte și textile pentru reciclare. Pentru comparație, în 2017 s-au colectat puțin peste 950 de tone. De asemenea, *H&M* a decis să-și menționeze furnizorii pentru toate produsele sale pentru a ajuta consumatorii să fie mai informați la cumpărarea produsului [8]

**Figura 2.** Fibră din frunze de ananas.



Sursa: <https://theblueprint.ru/fashion/fashion-industry/ekotkani> [7].

Este dificil să evaluăm dacă există la moment rezultate concrete ale acestor acțiuni. Există mai puține companii, cu excepția câtorva, care sunt gata să vorbească deschis despre eficiența muncii lor. Printre acestea se numără *Gucci*, brandul care a raportat recent despre realizările în direcția dezvoltării durabile în ultimii trei ani: a început să folosească de 1,5 ori mai multă „energie verde”, a redus emisiile dioxidului de carbon, a reușit să recicleze 11 tone de deșeuri de piele și, în general, a redus impactul negativ mediului înconjurător cu 16% [2].

Până acum, rezultatul evident este că problema a devenit discutată pe scară largă, iar agenda de mediu a devenit actuală nu numai pentru micile mărci ecologice, ci și pentru companiile și brandurile mari. Din păcate, viteza și metodele cu care companiile de modă trec la producția durabilă încă nu sunt suficiente pentru a compensa potențialul dezastru. Mai mult decât atât, procesul încetinește, în timp ce industria de modă continuă să afecteze din ce în ce mai mult mediul, iar riscul catastrofei ecologice continuă să crească. În acest moment, 40% din toate mărcile și companiile de modă n-au întreprins nici un fel de măsuri pentru dezvoltarea durabilă.

Principala problemă a celor care se străduiesc să susțină mișcarea sustenabilității este nerespectarea generală a ecologiei mediului înconjurător: la urma urmei, fiecare marcă nu există de sine stătător, ci lucrează cu furnizori de țesături, cu producători de materii prime și utilaje, cu fabrici și transportatori. Iar pentru atingerea obiectivelor reale trebuie implementate inițiative ecologice la fiecare etapă a activității de producere. De exemplu, mărcile își pot uni forțele doar pentru a impune o fabrică mare de producție de blugi să treacă la o nouă tehnologie care necesită o cantitate mai mică de folosire a apei [2].

La sfârșitul anului 2018, compania de servicii financiare *HSBC* a chestionat peste 8.500 de companii și mărci diferite (inclusiv brandurile de moda) și a constatat că aproape o treime dintre acestea au lansat inițiative care vizează dezvoltarea durabilă sub influența consumatorului, deoarece astfel de pași sporesc loialitatea (84% dintre cei care au decis să facă o modificare au remarcat impactul său pozitiv asupra profitului și dezvoltării mărcii) [8].

### Concluzii

În mare parte, anume consumatorii sunt factorii principali care pot să aducă schimbări în acest sens. Responsabilitatea consumatorului începe imediat ce produsele ajung în magazine. Noi cumpărăm mai multe haine decât avem nevoie și purtăm cel mult jumătate din toate lucrurile pe care le avem. Îmbrăcămintea în exces devine o sursă de probleme: deși majoritatea articolelor pot fi reciclate, doar o mică parte din deșeurile textile ajung în cutiile de colectare. În același timp, poliesterul din compoziția confecțiilor sintetice este același plastic din care sunt fabricate sticlele, pungile și alte ambalaje și, la fel ca și plasticul, nu se descompune ușor.

În condițiile actuale ale economiei de piață, dezvoltarea oricărei industrii depinde de potențialul consumatorului. Deci, putem cumpăra mai rar, dar mai calitativ: produse mai bune și care vor servi mai mult timp, articole ale producătorilor responsabili, să alegem articole vintage în loc de articole noi, să fim atenți la compoziția produsului și să predăm articolele învechite pentru reciclare. Și pentru început – să nu uităm: chiar și un pas mic poate deveni o parte a unei mari schimbări.

### Referințe bibliografice

1. В чем опасность фаст-фэшн и как мы можем сделать выбор в пользу экологии во время шопинга? [online]. In: *Soberger.ru*: [site]. 4 iul.2018 [accesat 11 noiem. 2021]. Disponibil: <https://soberger.ru/v-chem-opasnost-fast-feshn-i-kak-my-mozhem-sdelat-vybor-v-polzu-ekologii-vo-vremya-shoppinga>.
2. БАРКАЛОВА, В. Как модная индустрия влияет на экологию [online]. In: *BLUEPRINT*: [site]. 27 iun. 2019 [accesat 11 noiem. 2021]. Disponibil: <https://theblueprint.ru/fashion/industry/moda-i-ecologiya?fbclid=IwAR2YnMaHXcNp6d6NUGyDdsm6OUP6S17ZdmG1iRY6HHPkIKMy7l2zJ1RIPYQ>.
3. Мода XXI века: носить старые вещи теперь так же стильно, как маленькое черное платье [online]. В: *Новости ООХ*: [site]. 1 ian. 2020 [accesat 11 noiem. 2021] Disponibil: <https://news.un.org/ru/story/2020/01/1369911>.
4. *Dezvoltarea durabilă - o cale continuă a Republicii Moldova* [online]. In: Agenția de Mediu. 30.05.2019. Disponibil: <http://www.mediugov.md/en/node/195>.
5. АНАЦКО, А. Устойчивое развитие- самый важный тренд года [online]. В: *BLUEPRINT*: [site]. 28 iun. 2019 [accesat 11 noiem. 2021]. Disponibil: <https://theblueprint.ru/fashion/industry/ustoichivoye-razvitie-marketin>.
6. БАРКАЛОВА, В. «Зеленая» мода: как меняется фэшн-индустрия, чтобы противостоять глобальному потеплению [online]. В: *Esquire*: [site]. 2 iul. 2019 [accesat 11 noiem. 2021]. Disponibil: <https://esquire.ru/life-style/109352-zelenaya-energiya-i-otkaz-ot-rasshireniya-kak-feshn-industriya-boretsya-protiv-globalnogo-potepleniya/>.
7. БАРКАЛОВА, В. Как – и из чего – делают новые экологичные ткани [online]. В: *BLUEPRINT*: [site]. 11 apr. 2019 [accesat 11 noiem. 2021]. Disponibil: <https://theblueprint.ru/fashion/fashion-industry/ekotkani>.
8. ЛЕОНОВА, О. Переработай меня: как масс-маркет пытается исправить свои ошибки [online]. In: *BLUEPRINT*: [site]. 15 aug. 2018 [accesat 11 noiem. 2021]. Disponibil: <https://theblueprint.ru/fashion/industry/fast-fashion-sustainability>.