

# SAFEST

SLOW FASHION FOR THE FASHION INDUSTRY

INFORME DE  
INVESTIGACIÓN



# SOBRE



## Autores



**Anna Papaioannou**  
[info@irisrd.org](mailto:info@irisrd.org)



**Maria Ceraolo**  
[mariaceraolo@basengo.it](mailto:mariaceraolo@basengo.it)



**Patricio Ricci**  
[p.ricci@associaciouno.eu](mailto:p.ricci@associaciouno.eu)

## Edición y maquetación

**Maria Ceraolo**  
[mariaceraolo@basengo.it](mailto:mariaceraolo@basengo.it)

Este proyecto ha sido financiado por el Programa Erasmus+ de la Unión Europea. El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye un respaldo de los contenidos que reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.



Open Educational Resources

Esta obra está bajo la licencia **Creative Commons Atribución-No Comercial-CompartirIgual 4.0 Internacional**



Co-funded by  
the European Union

Proyecto Nº 2022-1-SE01-KA210-ADU-000081031



# INTRODUCCIÓN

SAFEST aspira a concienciar sobre el impacto de la industria de la moda en el medio ambiente y el rol que pueden tener los consumidores para cambiar esta actitud y tener un impacto positivo para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas y los objetivos del Pacto Verde Europeo.

Entre 1990 y 2018, las emisiones de gases de efecto invernadero en la UE se redujeron en un 23%. Un objetivo central del [Pacto Verde de la UE](#) es establecer la trayectoria para que la UE sea climáticamente neutra en 2050. Como hito hacia este objetivo, la Comisión de la UE propuso un objetivo para 2030 de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 55% en comparación con 1990.

En 2019, los consumidores tenían una media de 136 artículos de ropa en sus armarios. En conjunto, los ciudadanos del mundo adquieren alrededor de 80 000 millones de prendas de vestir al año. Además, según un estudio realizado por Censuwide para Barnado's, cada prenda se usará una media de solo siete veces antes de ser desechada.

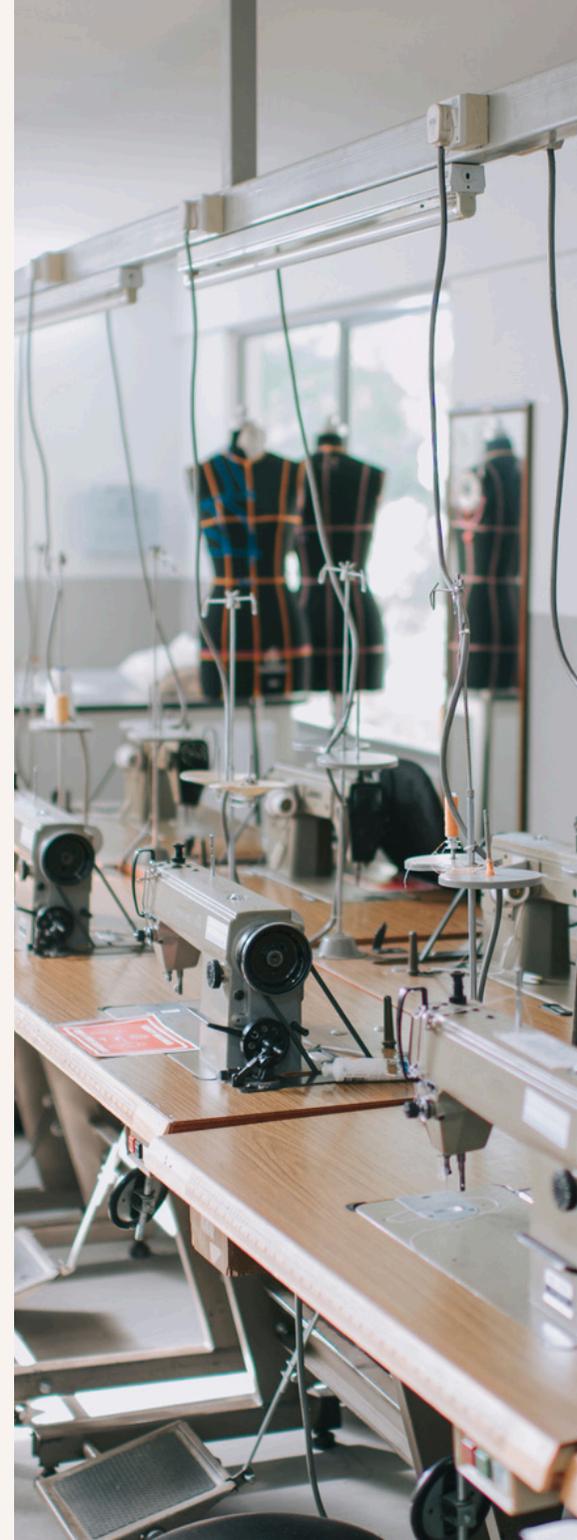
La búsqueda de nuevos estilos a precios mínimos lleva a reducir la calidad, las prácticas laborales y la sostenibilidad medioambiental. Los rápidos procesos utilizados en la industria de la moda requieren materiales baratos y antinaturales producidos mediante malas prácticas agrícolas, productos químicos tóxicos y tejidos sintéticos.

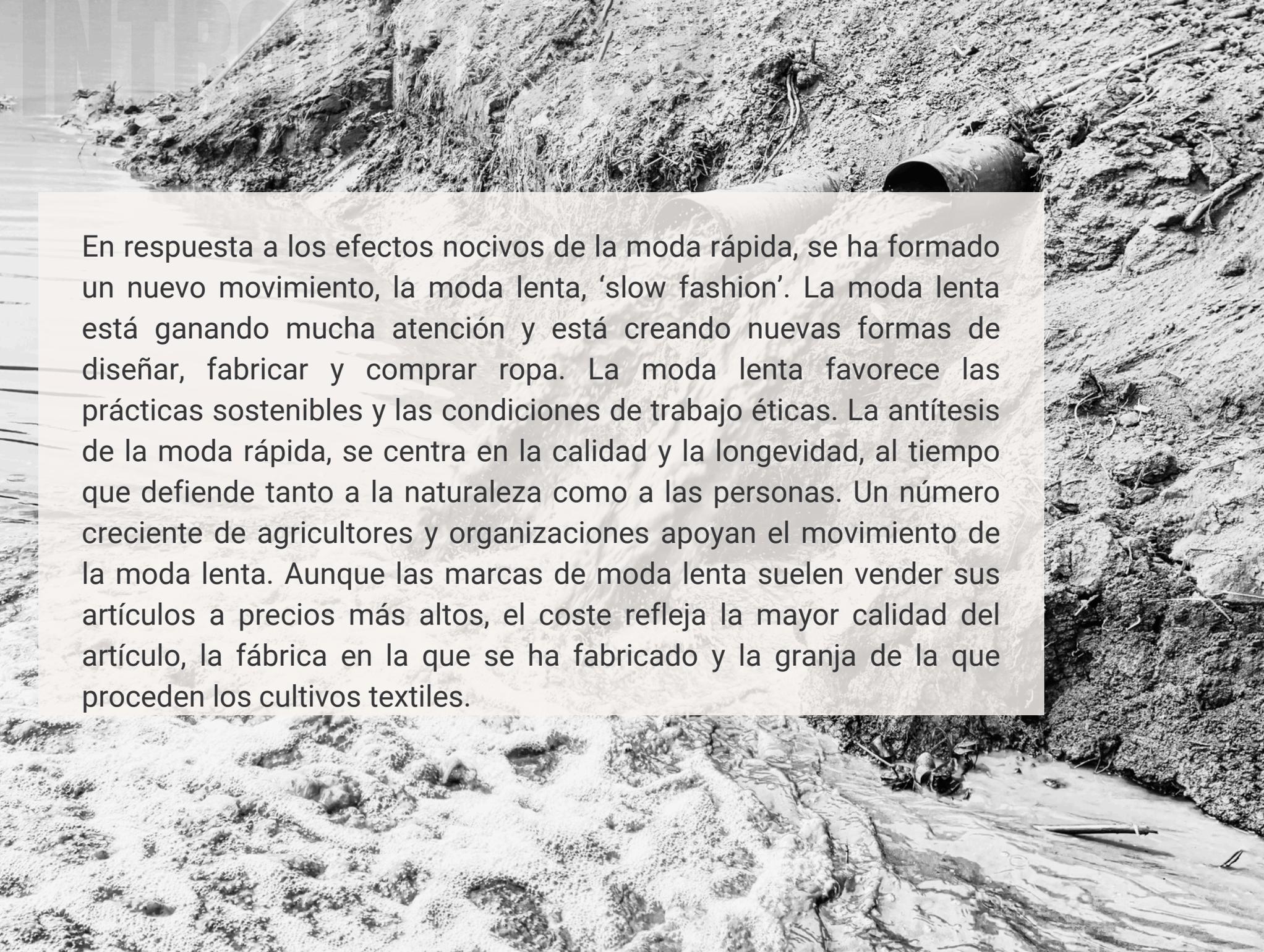
En realidad, la industria de la moda es la segunda mayor contaminadora de las fuentes de agua limpia del mundo. Se calcula que la producción textil es responsable de cerca del 20% de la contaminación mundial de aguas limpias procedente de los productos de teñido y acabado. Se calcula que el lavado de prendas sintéticas libera en el océano 0,5 millones de toneladas de microfibras al año. El lavado de ropa sintética representa el 35% de los microplásticos primarios liberados al medio ambiente.

Una sola carga de ropa de poliéster puede verter 700.000 microfibras plásticas que pueden acabar en la cadena alimentaria.

Además, el teñido textil requiere productos químicos tóxicos que posteriormente acaban en nuestros océanos. Aproximadamente el 20% de las aguas residuales de todo el mundo se atribuyen a este proceso, que se acumula con el tiempo. Como muchas fábricas se trasladaron al extranjero, como ya se ha dicho, pueden estar en países sin una normativa medioambiental estricta, lo que hace que entren en los océanos aguas sin tratar.

Lamentablemente, las aguas residuales creadas son extremadamente tóxicas y, en muchos casos, no pueden tratarse para volver a ser seguras.



A black and white photograph showing a riverbank. The bank is composed of soil and rocks, with several large, exposed tree roots extending from the top of the bank down towards the water. A dark, cylindrical pipe or culvert is visible, partially buried in the soil on the right side of the bank. The water in the river is visible at the bottom of the frame, with some ripples and reflections. The overall scene suggests a natural, somewhat eroded environment.

En respuesta a los efectos nocivos de la moda rápida, se ha formado un nuevo movimiento, la moda lenta, 'slow fashion'. La moda lenta está ganando mucha atención y está creando nuevas formas de diseñar, fabricar y comprar ropa. La moda lenta favorece las prácticas sostenibles y las condiciones de trabajo éticas. La antítesis de la moda rápida, se centra en la calidad y la longevidad, al tiempo que defiende tanto a la naturaleza como a las personas. Un número creciente de agricultores y organizaciones apoyan el movimiento de la moda lenta. Aunque las marcas de moda lenta suelen vender sus artículos a precios más altos, el coste refleja la mayor calidad del artículo, la fábrica en la que se ha fabricado y la granja de la que proceden los cultivos textiles.



En este contexto, SAFEST pretende promover la lucha contra el cambio climático concienciando a los consumidores sobre la importancia de las decisiones tomadas en materia de moda. Al cambiar la demanda, podemos cambiar el mercado y sus procedimientos, moviendo la industria de la moda hacia una forma de producción más sostenible.

Para ello, en el marco del proyecto, el Consorcio SAFEST lleva a cabo una investigación en Suecia, España e Italia para comprender la situación actual en estos países en cuanto a regulación e incentivos que recibe la industria de la moda para cambiar su comportamiento y pasar a una economía más sostenible. sistema.

Paralelamente, a través de entrevistas y encuestas, el Consorcio ha estudiado los hábitos y comportamientos de los consumidores (de 18 a 45 años) en materia de moda, y más concretamente:

- su conocimiento de los conceptos de fast fashion y slow fashion;
- si son conscientes del impacto medioambiental de la industria de la moda y en qué medida;
- opciones y comportamientos para reducir el impacto ambiental de sus elecciones de moda.

# LO QUE QUEREMOS DECIR CON



## MODA RAPIDA , 'FAST FASHION'

Se puede definir una moda de ropa económica pero elegante. Más concretamente, la moda rápida es un modelo de negocio caracterizado por la producción rápida (normalmente subcontratada) de una amplia variedad de prendas, que se renuevan continuamente y cuyos diseños siguen las tendencias de la moda a precios más bajos.

## MODA LENTA, 'SLOW FASHION'

En pocas palabras, la moda lenta es lo opuesto a la moda rápida. Es una conciencia y un acercamiento a la moda que considera los procesos y recursos necesarios para confeccionar prendas de vestir. La moda slow aboga por comprar prendas de mejor calidad que duren más y valorar el trato justo hacia las personas, los animales y el planeta.

# DÓNDE REALIZAMOS NUESTRA INVESTIGACIÓN?



**SUECIA**



**ESPAÑA**



**ITALIA**



# SUECIA

# INFORME

# DEL PAÍS



# POLÍTICAS Y NORMATIVAS

## Políticas fiscales

En Suecia se han introducido varias políticas fiscales que ejercen un impacto diferente en la industria de la moda nacional. En primer lugar, el 1 de julio de 2017 se introdujo en Suecia el impuesto sobre productos químicos sobre prendas de vestir y calzado, como parte del Reglamento de la Agencia de Productos Químicos (KIFS 2017:7) y la Ley del Impuesto sobre Productos Químicos (2017:948).

El impuesto fue diseñado para fomentar el uso de sustancias químicas menos nocivas en la producción textil y minimizar los riesgos ambientales y para la salud relacionados con el uso de sustancias peligrosas. Precisamente, la propuesta fiscal se centra tanto en sustancias químicas que cumplen los criterios REACH de la UE como Sustancias Muy Preocupantes (SMP) como en sustancias químicas similares que pueden considerarse que cumplen los mismos criterios.

El impacto del Impuesto sobre los productos químicos en la ropa y el calzado fue la sensibilización sobre la necesidad de utilizar productos químicos más seguros en la industria de la moda. El Impuesto sobre los productos químicos en la ropa y el calzado ha creado conciencia y ha alentado a las empresas a tomar medidas para reducir el uso de productos peligrosos: productos químicos. Inicialmente estaba previsto que el Impuesto entrara en vigor en abril de 2021, pero el ejercicio se pospuso hasta enero de 2022.

Sin embargo, en la propuesta de presupuesto nacional sueco para 2022, el gobierno sueco declaró que no tenía intenciones de seguir adelante con una propuesta para un impuesto sobre los productos químicos en la ropa y el calzado debido a varios problemas prácticos en la implementación de la propuesta y otras regulaciones. relativas a las sustancias químicas en cuestión han reducido la necesidad de un impuesto.





## Políticas de sostenibilidad

En 2020, el gobierno sueco adoptó un **Plan de Acción de Economía Circular**, que tiene como objetivo la transición hacia la economía circular para 2030. El PAEC incluye varias medidas que afectan a la industria de la moda, como la promoción del diseño sostenible, el uso de materiales reciclados y renovables y la mejora de la infraestructura de reciclaje textil.

En pocas palabras, se trata de mejorar la infraestructura de reciclaje textil, aumentar el uso de materiales reciclados y renovables y promover el diseño sostenible.

## REP textil

Según la Directiva marco de residuos de la UE y el Plan de acción de economía circular de la UE, todos los Estados miembros deben establecer una recogida selectiva de residuos textiles de aquí a 2025. Suecia es el segundo país de la Unión Europea que adopta legislación sobre responsabilidad ampliada del productor (REP) para textiles y prendas de vestir. Las nuevas directrices entraron en vigor en enero de 2023, y los legisladores suecos han calculado que la introducción del REP hará que una camiseta se encarezca 0,23 coronas suecas (unos 0,022 euros).



## Legislación laboral

El Acuerdo Textil y de la Confección (ATC) es un convenio colectivo que se estableció por primera vez en 1976 y se aplica a los trabajadores de las industrias textil y de la confección en Suecia. El ATC es un acuerdo jurídicamente vinculante entre la organización patronal, TEKÖ, y los sindicatos que representan a los trabajadores de las industrias textil y de la confección, como el Unionen y el Sindicato Sueco de Trabajadores del Textil.

TEKÖ<sup>1</sup> ha alcanzado nuevos convenios colectivos con nuestros sindicatos, IF Metall, Unionen y Sveriges Ingenjörer.

Los acuerdos tienen una duración de dos años y se aplican desde el 1 de abril de 2023 hasta el 31 de marzo de 2025. El valor del contrato es del 7,4% durante el periodo y la ponderación es del 4,1% en el primer año y del 3,3% en el segundo. Además, los acuerdos incluyen cuestiones como el salario mínimo, la pensión a tiempo parcial y la garantía individual.

1. TEKÖ es la asociación sueca de empresarios y empresarios de empresas que trabajan en la industria textil y de la moda.



## Regulaciones relacionadas con los derechos humanos

La [Ley Sueca de Medidas contra el Blanqueo de Dinero y la Financiación del Terrorismo](#) exige a las empresas de todos los sectores, incluida la industria de la moda, que apliquen la diligencia debida en sus cadenas de suministro para garantizar que no apoyan violaciones de los derechos humanos u otras actividades ilegales. Por ejemplo, se restringe la importación de determinados productos textiles de países con normas laborales deficientes. Esta ley también exige a las empresas que informen a las autoridades de cualquier transacción sospechosa.

Suecia también ratificó los [Principios Rectores de la ONU sobre las Empresas y los Derechos Humanos](#), que obligan a las empresas a dar prioridad a los derechos humanos en todos los aspectos de sus operaciones, incluidas sus cadenas de suministro. En otras palabras, las empresas deben asegurarse de que no utilizan mano de obra forzada ni cometen otras violaciones de los derechos humanos al fabricar sus productos.

## Leyes de bienestar animal

Suecia ha introducido estrictas leyes de bienestar animal que ejercen un impacto en el uso de productos animales en la industria de la moda, como la prohibición de utilizar pieles de determinados animales.

La [Ley sueca de Bienestar Animal](#) (1988:534) establece normas para proteger el bienestar de los animales, incluidos los utilizados en la industria peletera.

En concreto, la ley establece que los animales deben mantenerse en condiciones que respeten sus necesidades fisiológicas y de comportamiento y no deben ser sometidos a sufrimientos innecesarios.



# PROYECTOS E INICIATIVAS

dirigidos a sensibilizar y educar a los consumidores sobre los impactos negativos de la moda rápida en el planeta

**&**

Promoviendo prácticas de moda responsables en Suecia.



# LA INICIATIVA TEXTIL SUECA PARA LA ACCIÓN CLIMÁTICA

La Sustainable Fashion Academy - una organización centrada en promover la moda sostenible a nivel nacional e internacional, dirige la [Iniciativa Textil Sueca para la Acción Climática \(ITSAC\)](#) con el fin de alinear a las empresas con el objetivo del Pacto Verde de la UE y el Acuerdo de París.

ITSAC proporciona una plataforma donde las empresas pueden colaborar con otros miembros, compartir mejores prácticas, nuevas soluciones y participar en innovaciones y datos climáticos específicos.

Ser parte de ITSAC también significa que las empresas deben informar continuamente sobre su progreso para asegurarse de que van por el camino correcto.



# RETHINK<sup>®</sup>



ReThink es un proyecto iniciado y dirigido por la asociación sueca TänkOm. ReThink pretende hacernos pensar de nuevo comprendiendo las consecuencias del consumo, en general y con mayor urgencia que nunca, en torno a la ropa y los textiles.

Entre sus muchas iniciativas, RETHINK ha cooperado con la Sociedad Sueca para la Conservación de la Naturaleza para desarrollar hojas informativas, vídeos y contenido promocional sobre las consecuencias medioambientales del consumo de ropa en el planeta.

# SLOW FASHION SHOW

Se trata de una red de diseñadores, blogueros y expertos/trabajadores de la moda comprometidos con la promoción de la moda ética y sostenible en Suecia que organizan eventos y talleres para educar a los consumidores sobre la moda sostenible.

De hecho, el [Slow Fashion Show \(SFS\)](#) es una asociación sin ánimo de lucro centrada en una joven generación de diseñadores de moda, que combinan estilo y tecnología para crear colecciones Slow Fashion sin dañar al medio ambiente ni a las personas. Normalmente, sólo un número selecto de estudiantes de moda ve sus colecciones en la pasarela. En cambio, a través de la plataforma SFS todos los estudiantes tienen la oportunidad de mostrar sus colecciones.





# SWEDISH FASHION COUNCIL

El [Swedish Fashion Council \(Consejo Sueco de la Moda\)](#) es una organización industrial que tiene como objetivo guiar a la industria de la moda hacia la innovación y liderar varias iniciativas para promover la moda responsable en el país.

Para impulsar el cambio necesario dentro de la industria de la moda, SFC publica informes que presentan datos relevantes y procesables e ideas prácticas para preparar a las empresas de la moda para el futuro de manera responsable.

En cambio, a través del [Incubator \(Incubadora\)](#), SFC ayuda a dar forma al futuro de la moda apoyando a los actores más innovadores del mercado y centrándose en marcas y creadores emergentes que combinan la excelencia creativa con modelos de negocio innovadores y sostenibles y una visión disruptiva.



# FRONT RUNNERS BY FILIPPA K

Filippa K es una marca de moda sueca que opera con un enfoque de moda circular.

A través de la iniciativa "Front Runners", la empresa selecciona cada 2 años los artículos más sostenibles de sus colecciones. Estudiando estos artículos, la empresa aspira a que sus colecciones sean totalmente circulares en 2030.

Además, los esfuerzos de sostenibilidad de Filippa K no solo se centran en el uso de materiales sostenibles para producir prendas, sino también en la aplicación de estrategias de recogida y reutilización de ropa vieja y sin usar, con el fin de evitar los residuos textiles.



# FASHION REVOLUTION SWEDEN

Fashion Revolution es un movimiento global que tiene como objetivo contribuir a una industria de la moda más ética y sostenible.

En Suecia, Fashion Revolution organiza eventos y campañas para crear conciencia sobre los problemas de la industria de la moda y promover prácticas sostenibles.

# MISTRA FUTURE FASHION

**Mistra Future Fashion** fue un programa de investigación interdisciplinario que tenía una perspectiva sistémica sobre la industria de la moda.

Su visión era cerrar el círculo entre la moda y la confección, permitiendo un cambio sistémico en la industria de la moda sueca, que condujera a un desarrollo sostenible de la industria y la sociedad.

El programa, que se desarrolló entre 2015 y 2019, tenía como objetivo brindar conocimientos y soluciones que la industria de la moda sueca y otras partes interesadas pudieran utilizar para mejorar significativamente el desempeño ambiental y fortalecer la competitividad global.

## **Resultados principales**

El programa se centró en lograr beneficios económicos y ambientales mediante la aplicación de buenas prácticas en la industria de la moda. Aplicando la investigación adecuada sería posible reducir la huella ambiental y ampliar la vida útil del material de la ropa.



# SMART TEXTILES

**Smart Textiles** es un entorno que consiste en una estrecha colaboración entre la Universidad de Borås, RISE - Instituto de Investigación de Suecia, Swerea IVF y la Incubadora de Borås.

El objetivo básico de Smart Textiles es desarrollar, poner a disposición y poner en práctica innovaciones textiles que puedan utilizarse en productos comerciales innovadores de formas inesperadas. La empresa es un motor cuando se trata de facilitar y crear nuevas colaboraciones entre investigación y empresa.

En los últimos años, se han implementado una serie de proyectos en el campo de los textiles sostenibles, como "Re:textile", que desarrolla nuevos principios de diseño y sistemas de producción para permitir flujos circulares en la industria textil.

La misión del Gobierno de establecer una plataforma nacional para la moda y los textiles sostenibles (Textiles y Moda 2030) consolida el papel de Smart Textiles como facilitador, catalizador y acelerador del camino de la industria textil hacia la sostenibilidad. El objetivo de la iniciativa es establecer una plataforma entre los actores de toda la cadena de valor para promover una transición hacia ciclos no tóxicos y eficientes en el uso de recursos en una economía circular.

# EN RESUMEN

El panorama normativo que rodea a la industria de la moda en Suecia es polifacético y engloba políticas fiscales, iniciativas de sostenibilidad, legislación laboral, normas de derechos humanos y leyes de bienestar animal. Estas normativas reflejan el compromiso de Suecia de promover prácticas respetuosas con el medio ambiente, proteger los derechos de los trabajadores, defender los derechos humanos y garantizar el bienestar de los animales.

Al mismo tiempo, se hace mucho énfasis en las iniciativas de educación y concienciación de los consumidores, que tienen como objetivo promover modelos de consumo sostenibles y prácticas de moda responsables entre el público. Hay que señalar que la mayoría de estas iniciativas están lideradas por empresas privadas y ONG, y que apenas hay iniciativas procedentes de las instituciones.

Los proyectos de investigación y desarrollo también tienen un papel fundamental en el avance de la innovación sostenible y la mejora del comportamiento medioambiental de la industria de la moda, pero dependen de la financiación pública o privada y su andadura puede verse truncada cuando se agota o se retira la financiación.



**ESPAÑA**  
**INFORME**  
**DEL PAÍS**

# POLÍTICAS Y REGULACIONES

Para seguir las nuevas directivas del Pacto Verde de la UE, España adoptó una nueva legislación (Ley 7/2022) sobre residuos y suelos contaminados para una economía circular.

Tiene como objetivo 'prevenir y reducir la generación de residuos y los impactos adversos de su generación y gestión, reducir el impacto global del uso de los recursos y mejorar la eficiencia de dicho uso con el fin último de proteger el medio ambiente y la salud humana y hacer la transición hacia una economía circular y baja en carbono'.





El art. 25 exige el establecimiento de la recogida selectiva de residuos textiles, con el fin de facilitar la preparación para la reutilización y el reciclado de alta calidad.

El art. 26, en cambio, invita a las autoridades competentes a adoptar las medidas necesarias, a través de planes y programas de gestión de residuos, para garantizar que:

- Para el año 2025, la preparación para la reutilización y el reciclado de los residuos municipales se incremente hasta un mínimo del 55% en peso; de éste, al menos el 5% corresponderá principalmente a residuos textiles, residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, muebles y otros residuos susceptibles de preparación para la reutilización;
- Para el año 2030, los porcentajes habrán aumentado en 5 puntos porcentuales (60%-10%);
- Para el año 2035, los porcentajes habrán crecido 10 puntos porcentuales desde los objetivos de 2025, alcanzando el 65%-15%;

Al mismo tiempo, la Ley 7/2022 establece medidas dirigidas específicamente al sector textil, que deben promover su circularidad, como el fomento de la reutilización a través de donaciones y la implementación de sistemas que fomenten actividades de reparación y reutilización de textiles. También introduce la prohibición de destruir o eliminar excedentes no vendidos de productos no perecederos como los textiles, y destinarlos a canales de reutilización, y cuando esto no sea posible, de reparación para su reutilización. Para facilitar la preparación para la reutilización y el reciclaje de alta calidad, se establece la obligación de implementar la recogida selectiva de textiles antes de finales de 2024.



En general, la Ley 7/2022 tiene como objetivo garantizar que la factura del procesamiento y reciclaje de residuos sea pagada íntegramente por los fabricantes que ponen los productos en el mercado. En otras palabras, 'el que contamina paga'.

En concreto, la Ley 7/2022 prohíbe a las tiendas de ropa tirar la ropa no vendida y, si lo hacen, tendrán que pagar.

Como hemos visto, las novedades que introduce la Ley 7/2022 se centran principalmente en el reciclaje, pero por parte de los productores deben centrarse en la implementación de medidas específicas de ecodiseño o etiquetado para reducir los residuos textiles y ver más rápido los efectos medioambientales.

Cuando se trata de su impacto en el Planeta, una marca sustentable considera el uso de recursos y energía, la reducción de sus emisiones de carbono, el impacto en nuestras vías fluviales y el uso y eliminación de productos químicos de manera segura, y debe apuntar a utilizar cero o muy pocos productos animales, como lana, cuero, pieles, angora, plumón, piel de oveja, karakul y piel y pelo de animales exóticos.



## PLAN DE RECUPERACIÓN TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA ESPAÑOL

Apoyado por el Next Fund Generation EU, PERTE (Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia Español) en Economía Circular impulsará definitivamente la incorporación de la economía circular en la industria española.

Incluye 18 instrumentos distribuidos en 2 Líneas de actuación. Dentro de la Línea de acción 1, el sector textil es un sector estratégico y prioritario para España. A través de los fondos PERTE, España pretende apoyar a su sector textil para superar el actual modelo de 'moda rápida' y facilitar la transición hacia modelos más sostenibles ('moda inteligente').

Al mismo tiempo, los impactos ambientales de la industria de la moda se ven amplificados por su consumo intensivo y agravados por una deficiente gestión de los residuos. El cambio implica afrontar retos como el eco-diseño de nuevas prendas que tengan un menor impacto ambiental mediante la reducción del uso de sustancias químicas o el empleo de alternativas más sostenibles, la mejora del tratamiento de residuos, el fomento de la reutilización y el reciclaje, no siempre fácil, y la incorporación de material reciclado a la producción.

Así, la segunda línea de actuaciones del PERTE aborda instrumentos de apoyo en este sentido, entre los que se encuentran:

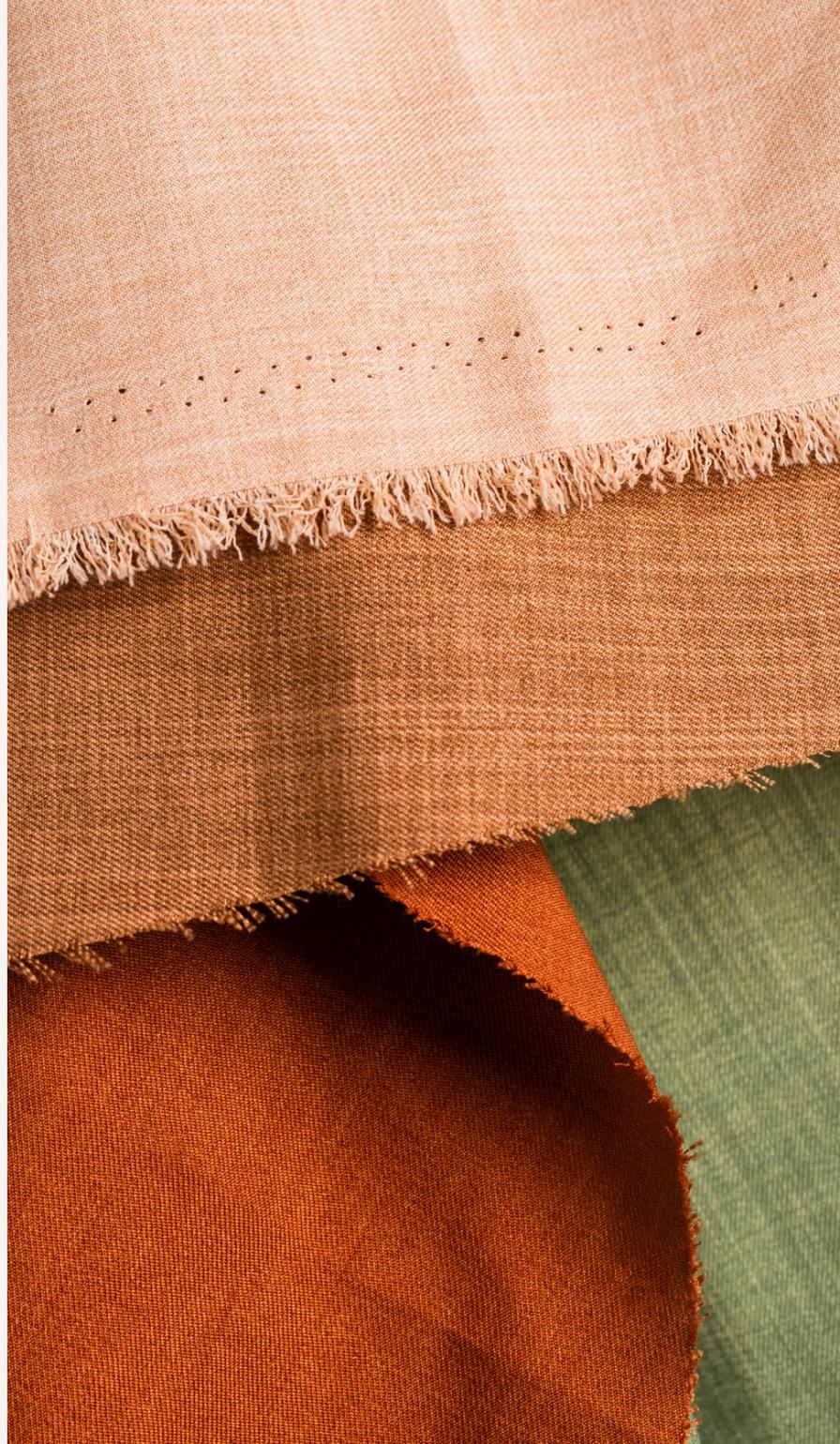
- Ayudas para fomentar la producción e incorporación de materias primas de bajo impacto, recicladas y/o de origen renovable (algodón, cáñamo, lana, fibras recicladas, artificiales, etc.) a través de proyectos innovadores;
- Ayudas para el desarrollo de iniciativas colaborativas de I+D+i (investigación, desarrollo e innovación) que permitan compartir conocimiento, como la realización de proyectos piloto y su escalado para la gestión de residuos o para la optimización de procesos en términos de reducción de los impactos generados;
- Ayudas a la inversión en infraestructuras y tecnología para todos los eslabones de la cadena de valor, incluida la fase de gestión de residuos (infraestructuras de clasificación y preparación de alta calidad de reutilización y reciclaje), incluyendo maquinaria, equipos e instalaciones;
- Ayudas destinadas a la implantación y mejora de la trazabilidad que facilite la circularidad: desarrollo, implantación y despliegue de sistemas de información en toda la cadena, incluida la etapa de gestión de residuos..

# PROYECTOS E INICIATIVAS

dirigidos a sensibilizar y educar a los consumidores sobre los impactos negativos de la moda rápida en el planet



Promoviendo prácticas de moda responsables en España.



# ASOCIACIÓN DE MODA SOSTENIBLE DE ESPAÑA

La moda sostenible en España ya no es algo marginal o reducidas iniciativas experimentales con una producción irrelevante.

Al contrario, las empresas dedicadas a esta actividad empiezan a ser tantas que la mayoría se han agrupado en la Asociación de Moda Sostenible de España (AMSE), que reúne ya a 130 marcas. Se trata de empresas -repartidas por toda España- que tienen un compromiso común: evitar materias primas y sistemas de fabricación con una gran huella ecológica.

El presidente de AMSE confirma que la moda sostenible está aumentando en España, pero que todavía hay grandes marcas del sector que a menudo pretenden ser sostenibles sólo por el espectáculo.





AMSE señala que otra de las materias pendientes es conseguir que la producción vuelva a España y ya no esté en manos de grandes multinacionales que fabrican tejidos en países alejados del consumidor final.

Esto provoca una fuerte huella ecológica, debido al transporte necesario a largas distancias, sin olvidar otros factores como las condiciones laborales en las que se hayan podido fabricar estos materiales.

# THE CIRCULAR PROJECT SHOP

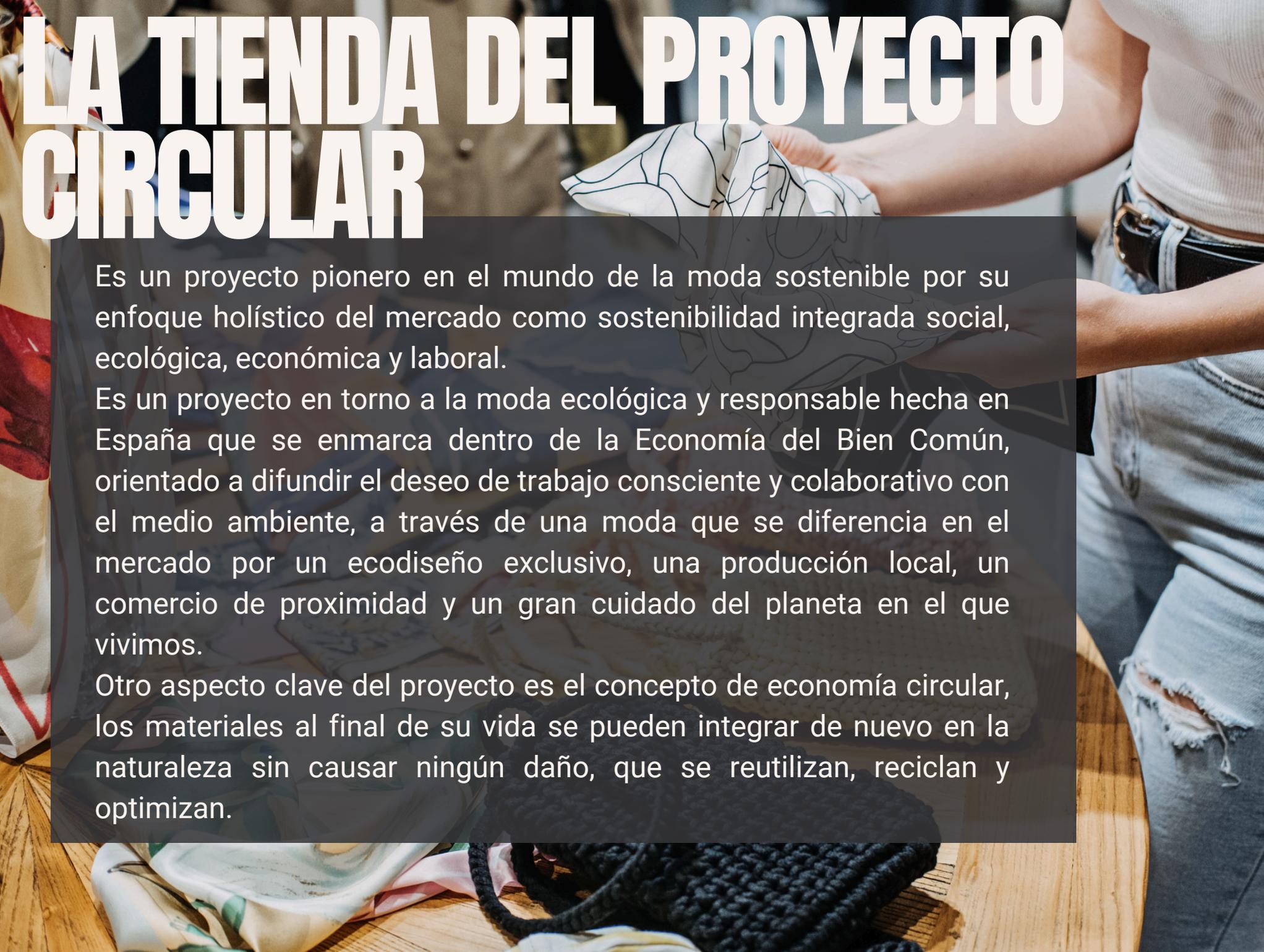
A person is holding a white fabric with a black line pattern. In the foreground, there is a wooden table with various fabrics and a black knitted hat. The background shows a person wearing a white top and blue jeans.

It is a pioneer project in the world of sustainable fashion due to its holistic approach to the market as an integrated social, ecological, economic, and working sustainability.

It is a project around organic and responsible fashion made in Spain that is part of the Economy for the Common Good, aimed to spread the desire of aware and collaborative work with the environment, through a fashion that differentiates itself on the market by an exclusive eco-design, a local production, a local commerce and a great care for the planet in which we live.

Another key aspect of project is the circular economy concept, the materials at the end of their life can be integrated back into nature without causing any harm, that are reused, recycled and optimized.

# LA TIENDA DEL PROYECTO CIRCULAR

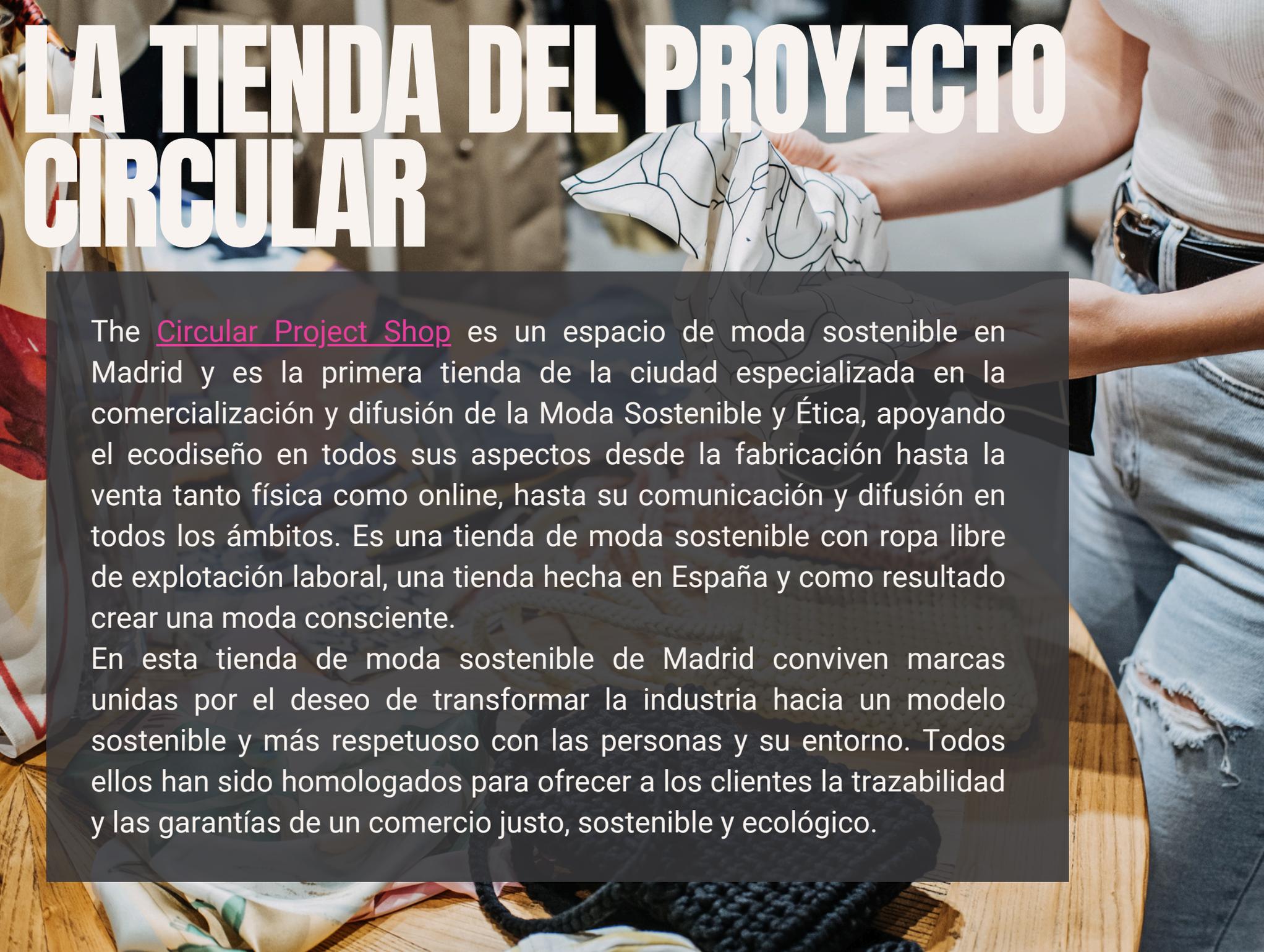


Es un proyecto pionero en el mundo de la moda sostenible por su enfoque holístico del mercado como sostenibilidad integrada social, ecológica, económica y laboral.

Es un proyecto en torno a la moda ecológica y responsable hecha en España que se enmarca dentro de la Economía del Bien Común, orientado a difundir el deseo de trabajo consciente y colaborativo con el medio ambiente, a través de una moda que se diferencia en el mercado por un ecodiseño exclusivo, una producción local, un comercio de proximidad y un gran cuidado del planeta en el que vivimos.

Otro aspecto clave del proyecto es el concepto de economía circular, los materiales al final de su vida se pueden integrar de nuevo en la naturaleza sin causar ningún daño, que se reutilizan, reciclan y optimizan.

# LA TIENDA DEL PROYECTO CIRCULAR

A person is holding a white fabric with a black line drawing pattern. The person is wearing a white ribbed top and light blue denim jeans with a black belt. The background is a clothing store with various items on display.

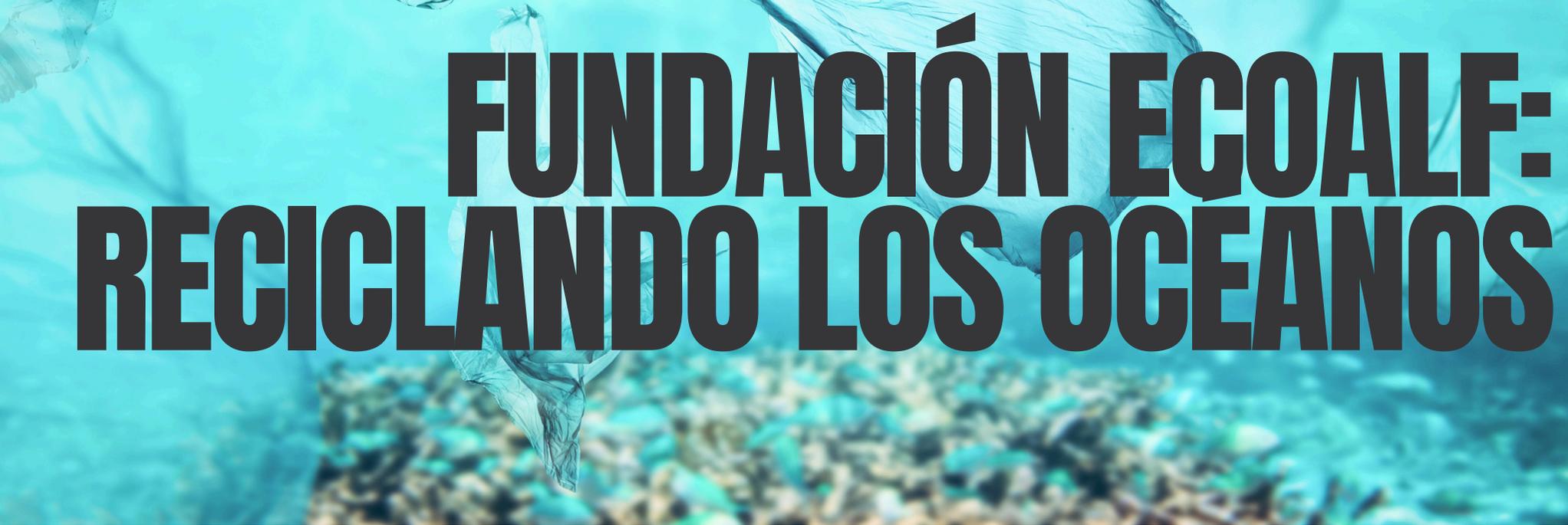
The [Circular Project Shop](#) es un espacio de moda sostenible en Madrid y es la primera tienda de la ciudad especializada en la comercialización y difusión de la Moda Sostenible y Ética, apoyando el ecodiseño en todos sus aspectos desde la fabricación hasta la venta tanto física como online, hasta su comunicación y difusión en todos los ámbitos. Es una tienda de moda sostenible con ropa libre de explotación laboral, una tienda hecha en España y como resultado crear una moda consciente.

En esta tienda de moda sostenible de Madrid conviven marcas unidas por el deseo de transformar la industria hacia un modelo sostenible y más respetuoso con las personas y su entorno. Todos ellos han sido homologados para ofrecer a los clientes la trazabilidad y las garantías de un comercio justo, sostenible y ecológico.



**ECOALF** fue creada en 2009 por Javier Goyeneche, que quería crear una marca de moda verdaderamente sostenible. El objetivo de ECOALF es reducir el consumo de recursos naturales reciclando y creando una nueva generación de productos reciclados con la misma calidad y diseño que los mejores productos no reciclados. La visión inicial era utilizar materiales como poliéster reciclado, nailon reciclado, lana reciclada y algodón reciclado, reduciendo la cantidad de emisiones de CO2 generadas y la cantidad de agua consumida. Tras tres años de I+D, nació la primera colección ECOALF con su primera tienda insignia en el corazón de Madrid.

Para luchar contra el cambio climático, crearon también la Fundación ECOALF con un proyecto revolucionario: Upcycling the Oceans.



# FUNDACIÓN ECOALF: RECICLANDO LOS OCEANOS

El proyecto es una aventura global creada con el apoyo de la industria pesquera para ayudar a eliminar y recuperar la basura marina que está destruyendo los océanos y cerrar el círculo transformándola en un tejido de alta calidad para crear productos de alta calidad.

ECOALF se convirtió en la primera marca de moda española en recibir el certificado como empresa Empresa B.

También son una marca certificada por [Global Recycling Standard \(GRS\)](#). El GRS es un estándar de producto voluntario para rastrear y verificar el contenido de materiales reciclados en un producto final. La norma se aplica a toda la cadena de suministro y aborda la trazabilidad, los principios ambientales, los requisitos sociales, el contenido químico y el etiquetado).



# SKFK

SKFK, en el País Vasco, es una marca que ofrece ropa poco convencional y anima a sus clientes a cuidar el medio ambiente a través de un consumo consciente y responsable.

SKFK utiliza fibras ecológicas, como el algodón orgánico y Fairtrade®, que es amigable con la piel, los productores y el medio ambiente.

Los tejidos de SKFK también contienen Lenzing lyocell, una fibra suave y resistente y una fibra biodegradable hecha de pulpa de madera, procedente de bosques de eucaliptos gestionados de forma sostenible.

Además, SKFK también utiliza materiales reciclados y prendas reutilizadas en su proceso de producción. Así, en lugar de convertirse en posibles residuos de vertederos, estos materiales reciclados y prendas reutilizadas se convierten en prendas nuevas y de moda, cuidando al mismo tiempo el planeta.

Para aumentar su enfoque medioambiental, SKFK creó una [aplicación online](#) que rastrea el dióxido de carbono generado por sus prendas en cada etapa de su ciclo de vida y lo compara con el estándar de la industria. Desde el envío hasta los envases de bioplástico y la etiqueta de papel de algodón reciclado, cada acción está cuantificada.

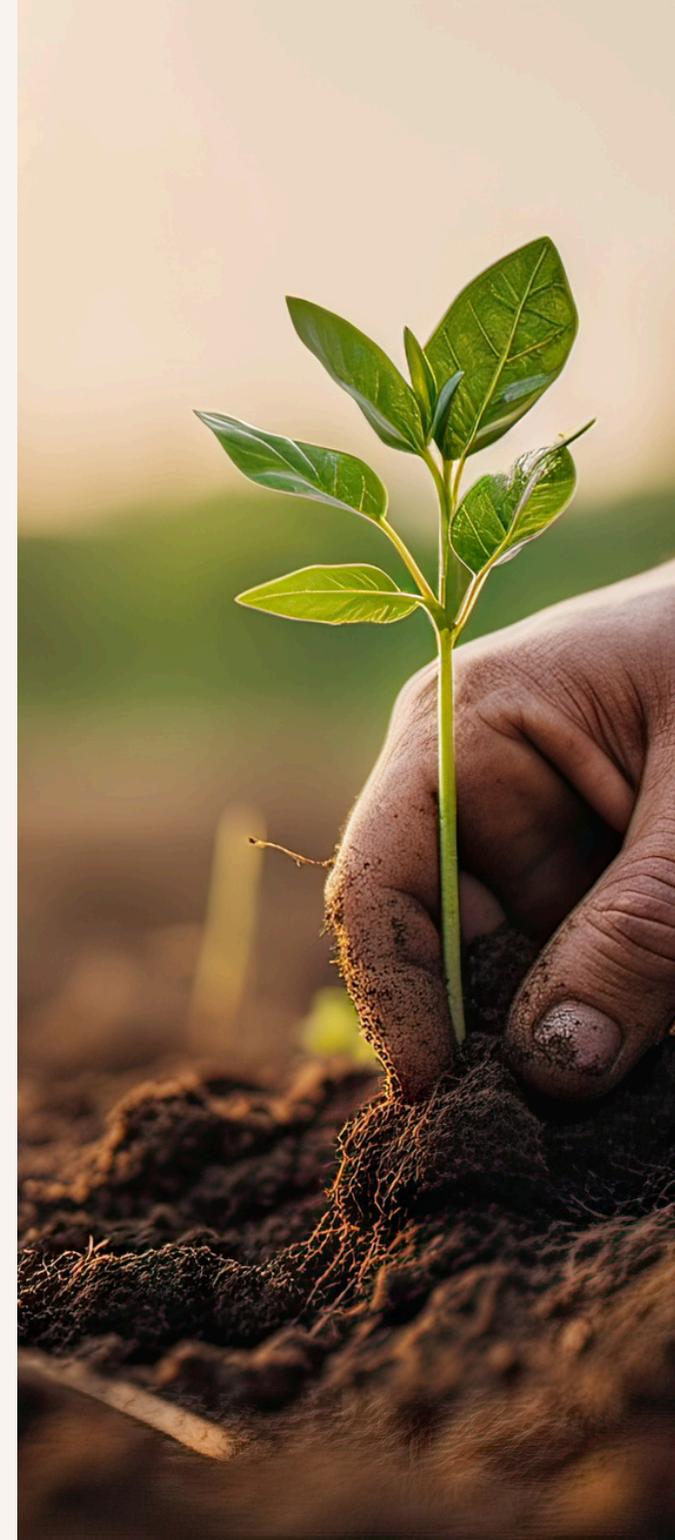
# REGROWN

**Regrown** es una marca eco-friendly en el mercado del calzado, que utiliza materiales sostenibles e innovadores como el Pet reciclado o fibras ecológicas.

El material principal que Regrown utiliza en la mayoría de sus modelos es una lona elaborada con algodón 100% orgánico. Este material cuenta con el [certificado GOTS](#), que es el estándar de procesamiento textil líder a nivel mundial para fibras orgánicas, incluyendo criterios ecológicos y sociales, respaldado por certificaciones independientes de toda la cadena de suministro textil.

Gracias a la fabricación a través de estos tejidos, Regrown logró ahorrar agua, reducir los residuos textiles y crear productos libres de químicos.

Las materias primas de Regrown y su producción son 100% españolas. De hecho, la fabricación está en Orihuela (Alicante), lo que permite a Regrown reducir sus emisiones de CO2 y crear vínculos con otras empresas nacionales.



Las lonas publicitarias valencianas se convierten en bolsas y objetos con una nueva utilidad, es la propuesta de Rincón de Velluters, asociación dedicada a la integración sociolaboral de personas con problemas de salud mental, que ha bautizado el proyecto con el nombre '[A la Lona de Valencia](#)'.

En su taller del centro de la ciudad reciclan los residuos que generan multitud de carreras, incluida la Maratón, para darles una segunda vida, convirtiéndolos en diseños funcionales a modo de terapia.

El proyecto nació en 2016 a propuesta de los comerciantes del centro histórico, con un objetivo claro: integrar laboralmente a personas con diversidad funcional y ayudar en su rehabilitación. Rincón de Velluters, organización creada por los propios usuarios, comercializa estos diseños a través de las redes sociales y diversos eventos relacionados con el running que se celebran por toda la Comunidad Valenciana.



# A LA LONA DE VALENCIA

# EN RESUMEN

La Ley 7/2022 de España y la iniciativa PERTE representan un sólido compromiso legislativo para abordar los desafíos medioambientales que plantea la moda rápida. Estas políticas desempeñan un papel fundamental a la hora de orientar la industria de la moda hacia prácticas más sostenibles y circulares, ya que no solo establecen objetivos ambiciosos para la gestión de residuos y el reciclaje, sino que también fomentan la innovación en el diseño ecológico, la transparencia y la responsabilidad corporativa.

Sin embargo, el verdadero cambio va más allá de las regulaciones. El aumento de iniciativas de moda sostenible, como las presentadas, indica un creciente cambio de la industria y de los consumidores hacia la sostenibilidad. Estas iniciativas no sólo complementan los esfuerzos legislativos sino que también impulsan la transformación cultural y operativa necesaria para un cambio genuino en toda la industria.

Sin embargo, sigue habiendo dificultades. La eficacia de estas políticas e iniciativas depende de su aplicación y de la voluntad del sector en general de aceptar el cambio. Aunque la normativa puede proporcionar el marco y los incentivos para las prácticas sostenibles, la transición a una industria de la moda verdaderamente circular y sostenible requiere la acción colectiva de todas las partes interesadas.

En conclusión, aunque se han logrado avances significativos en la lucha contra el impacto medioambiental de la moda rápida a través de medidas normativas e iniciativas del sector, el camino hacia la sostenibilidad sigue su curso.

La innovación, la colaboración y el compromiso continuos son esenciales para garantizar que la industria de la moda pueda hacer frente a los futuros retos medioambientales, sociales y económicos, allanando el camino hacia un ecosistema de la moda más sostenible y responsable.



# ITALIA

# INFORME

# DEL PAIS

# POLÍTICAS Y REGULACIONES

En Italia, existen varias políticas y regulaciones que tienen un impacto directo o indirecto en la industria de la moda y tienen como objetivo contrarrestar la moda rápida y promover una industria de la moda más sostenible. Entre los más importantes:

1. **Código de conducta del sistema de la moda:** en 2012, se estableció un código de conducta voluntario para el sistema de la moda italiano. El código promueve la sostenibilidad, la ética y la responsabilidad social corporativa en la industria de la moda.
2. **Prohibición del uso de productos químicos nocivos:** De acuerdo con la [legislación Europea REACH](#), se introdujeron regulaciones para prohibir el uso de ciertos productos químicos peligrosos en textiles y prendas de vestir.





3. **Etiquetado de los materiales:** Los textiles y las ropas deben etiquetarse con precisión, facilitando información sobre las fibras utilizadas, el país de origen y otras indicaciones pertinentes. Esto ayuda a los consumidores a tomar decisiones más informadas y conscientes.
4. **Promoción de la moda sostenible:** El gobierno italiano apoya la adopción de prácticas de moda sostenible a través de diversas iniciativas, como la promoción de marcas y diseñadores comprometidos con la sostenibilidad medioambiental y social.
5. **Incentivos fiscales para la sostenibilidad:** Se han introducido incentivos fiscales para las empresas que adopten prácticas sostenibles en la producción de ropa y accesorios.
6. **Colaboraciones y acuerdos:** Italia participa en varios acuerdos y colaboraciones internacionales para promover la moda sostenible y la economía circular. Por ejemplo, Italia es miembro de la Asociación de las Naciones Unidas para la Acción sobre la Moda Sostenible.
7. **Campañas de sensibilización:** Se han puesto en marcha campañas de sensibilización para educar a los consumidores sobre el impacto medioambiental y social de la moda rápida y promover un consumo más consciente.

La industria de la moda en Italia se ve afectada por una serie de normativas y políticas que tienen un impacto directo e indirecto en el sector. Algunas de las principales regulaciones y políticas que afectan a la industria de la moda en Italia se describen a continuación:

- **Leyes laborales:** las leyes laborales italianas regulan los derechos y obligaciones de los trabajadores y empleadores. Estas leyes cubren cuestiones como la jornada laboral, los salarios mínimos, la seguridad ocupacional y las condiciones de empleo. Los operadores de la industria de la moda deben cumplir con estas leyes para garantizar un entorno de trabajo seguro y justo para los empleados.
- **Regulaciones ambientales:** Estas normativas están orientadas a reducir el impacto ambiental de la producción y consumo textil; pueden referirse a la gestión de residuos, el uso de productos químicos peligrosos, la eficiencia energética y el uso sostenible de los recursos. Los operadores del sector deben cumplir con esta normativa para minimizar el impacto ambiental de sus actividades.

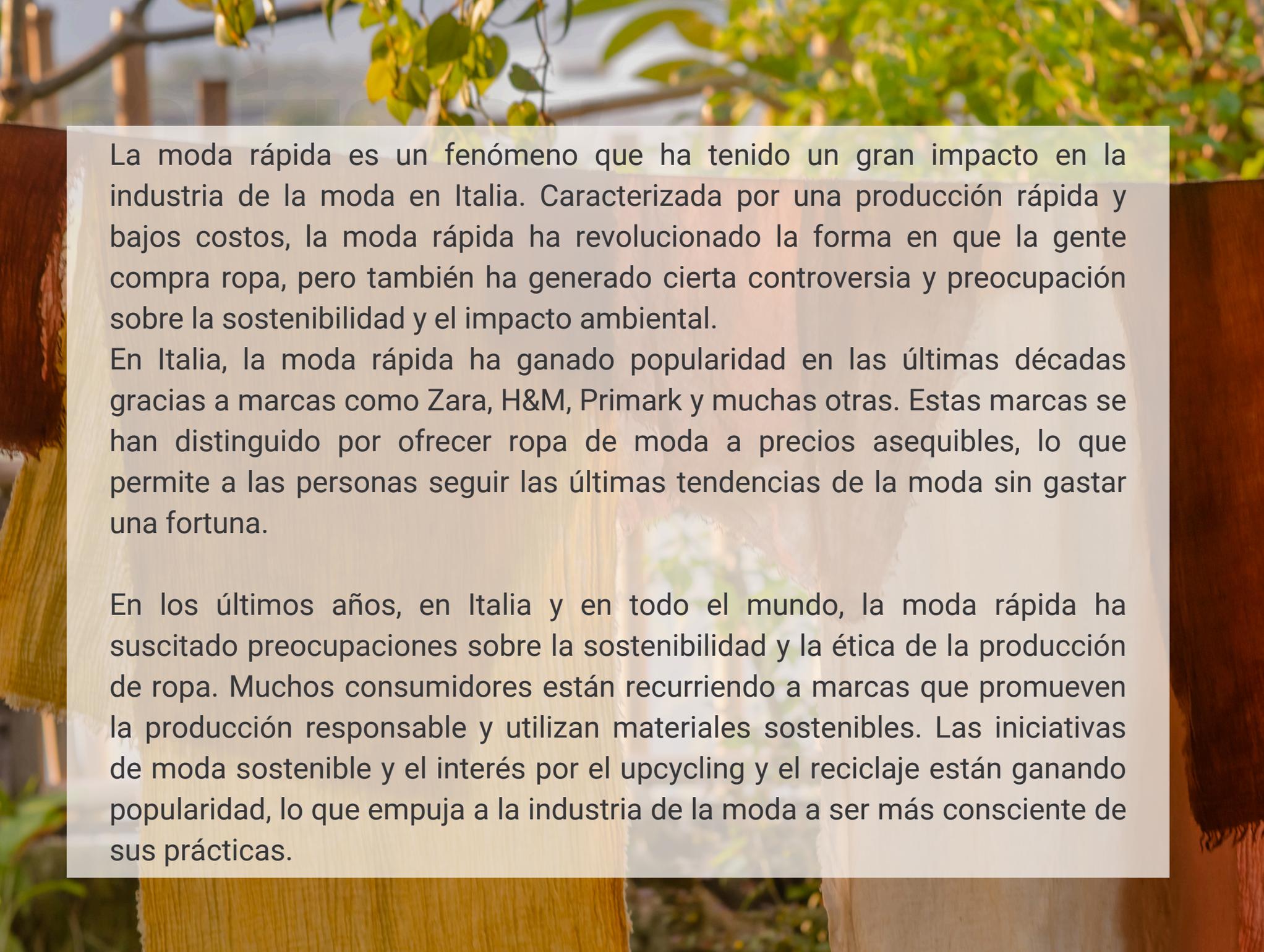


- **Propiedad intelectual:** los derechos de propiedad intelectual, como las marcas comerciales y los derechos de autor, son importantes en la industria de la moda para proteger los diseños originales y evitar la falsificación. En Italia, las leyes de propiedad intelectual ofrecen protección a los diseñadores y a las marcas registradas, permitiéndoles defender sus derechos de propiedad.
- **Políticas comerciales internacionales:** Italia participa en varias políticas comerciales internacionales que pueden afectar a la industria de la moda. Por ejemplo, la Unión Europea (de la que Italia es miembro) tiene políticas arancelarias y acuerdos comerciales que pueden afectar las exportaciones e importaciones de textiles. Las políticas comerciales pueden facilitar o complicar el comercio para las empresas de moda italianas.
- **Incentivos y concesiones fiscales:** el gobierno italiano puede ofrecer incentivos y concesiones fiscales para apoyar el desarrollo de la industria de la moda. Estos incentivos pueden incluir incentivos fiscales para las empresas, financiación subvencionada, programas de formación y apoyo a las exportaciones. Estas políticas tienen como objetivo promover la innovación, la competitividad y el empleo en el sector.
- **Normas de etiquetado y seguridad de los productos:** El etiquetado de los productos textiles en Italia está regulado para garantizar una información correcta y transparente para los consumidores. Existen requisitos específicos con respecto al etiquetado de los materiales utilizados, instrucciones de cuidado y advertencias de seguridad. Además, se regulan las normas de seguridad de los productos para garantizar que los productos textiles comercializados en Italia cumplan con determinados criterios de calidad.

El sector Textil-Confección (TC) es un sector de gran importancia económica para Italia; de hecho, es el tercer sector manufacturero más grande del país, con casi 450.000 empleados y más de 50.000 empresas activas en la zona, lo que representa aproximadamente el 10% del valor añadido de la fabricación italiana.

A pesar de su papel prioritario en la economía, o quizás precisamente por ello, el sector textil es objeto de mucha atención en lo que respecta a la sostenibilidad de las distintas etapas que componen su cadena de suministro. De hecho, la producción textil se caracteriza a menudo por procesos que tienen un impacto considerable en el medio ambiente, *especialmente en términos de consumo de recursos naturales (principalmente agua), consumo de electricidad y uso de productos químicos; en particular, se atribuye el gran consumo de agua y productos químicos a los procesos húmedos, como el teñido, el estampado y el acabado.*





La moda rápida es un fenómeno que ha tenido un gran impacto en la industria de la moda en Italia. Caracterizada por una producción rápida y bajos costos, la moda rápida ha revolucionado la forma en que la gente compra ropa, pero también ha generado cierta controversia y preocupación sobre la sostenibilidad y el impacto ambiental.

En Italia, la moda rápida ha ganado popularidad en las últimas décadas gracias a marcas como Zara, H&M, Primark y muchas otras. Estas marcas se han distinguido por ofrecer ropa de moda a precios asequibles, lo que permite a las personas seguir las últimas tendencias de la moda sin gastar una fortuna.

En los últimos años, en Italia y en todo el mundo, la moda rápida ha suscitado preocupaciones sobre la sostenibilidad y la ética de la producción de ropa. Muchos consumidores están recurriendo a marcas que promueven la producción responsable y utilizan materiales sostenibles. Las iniciativas de moda sostenible y el interés por el upcycling y el reciclaje están ganando popularidad, lo que empuja a la industria de la moda a ser más consciente de sus prácticas.



En respuesta a estas preocupaciones, algunas marcas italianas han abrazado la ética y la sostenibilidad, promoviendo la producción local y el uso de materiales ecológicos. También se están generalizando iniciativas como las de comercio justo y sin fines de lucro, que apoyan a las comunidades locales y buscan garantizar salarios justos y condiciones laborales seguras para los trabajadores de la moda.

El debate sobre la moda rápida en Italia sigue evolucionando y cada vez más personas piden una industria de la moda más sostenible y responsable. Se anima a los consumidores a tomar decisiones conscientes, buscar alternativas a la moda rápida y apoyar marcas que enfatizan la transparencia, la ética y la reducción del impacto ambiental.

De hecho, Sistema Moda Italia(SMI), una de las mayores organizaciones mundiales que representan a los industriales textiles y de la moda en el mundo occidental, elaboró en 2016 un documento en colaboración con la Cámara Nacional de la Moda con el objetivo de proporcionar un punto de partida autorizado y concreto para emprender juntos en un camino virtuoso para inspirar a las empresas textiles y de confección a establecer objetivos ambiciosos de sostenibilidad.



El presidente del SMI presentó a los parlamentarios el proyecto en marcha para la creación de un consorcio de empresarios italianos para la gestión optimizada de los residuos del mundo de la moda, anticipando las decisiones regulatorias en la materia y dando una dirección concreta a la actividad industrial del sector.

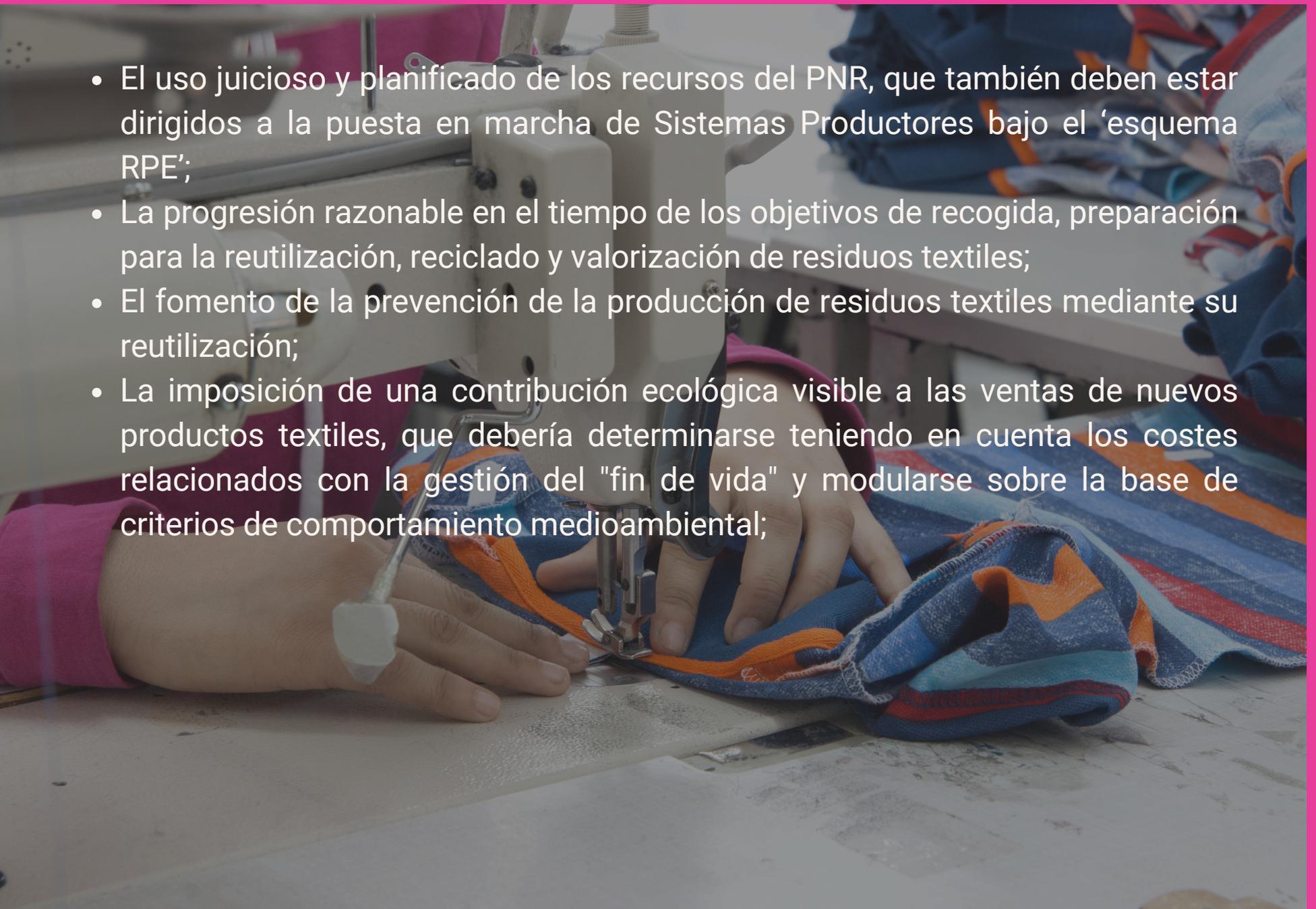
En esta ocasión, el Presidente ilustró la estrategia de SMI para la reutilización y el reciclaje de residuos de textiles y prendas de vestir y comentó el documento de posición de SMI sobre la oportunidad de la introducción de un régimen de responsabilidad ampliada del productor (REP) para textiles, prendas de vestir, calzado y cuero. Podría haber muchas ventajas en términos de mejorar la reutilización y el reciclaje de dichos productos, siempre que las empresas de los sectores involucrados pudieran tener un sistema EPR colectivo formado exclusivamente por productores, con el fin de gestionar eficientemente las obligaciones regulatorias resultantes.

Además, el documento de posición fue enviado al Ministerio de Transición Ecológica en el marco de la consulta de Economía Circular.

## PRINCIPALES PUNTOS DEL DOCUMENTO DE POSICIÓN DEL SMI SOBRE EL DESEADO RÉGIMEN EPR EN EL SECTOR TEXTIL

- El perímetro del "régimen RPE", que debería incluir los productos textiles acabados (prendas de vestir, textiles para el hogar y la hostelería, calzado y artículos de cuero, otros productos textiles destinados a uso doméstico o profesional) y, sólo para la parte destinada directamente a la venta a usuarios finales, los productos textiles semiacabados;
- La definición de "productor", que debe incluir no sólo a las empresas italianas, sino también a los importadores y a quienes, desde el extranjero, venden productos textiles directamente a los usuarios finales;
- La regulación de las ventas a distancia, previendo la participación de canales de venta a distancia, plataformas web y marketplaces;
- La regulación de los Sistemas de Gestión de Productores, que, cuando se implanten de forma colectiva, deberán participar obligatoriamente sólo los productores, sin imponer necesariamente la presencia de distribuidores u operadores de recogida y tratamiento de residuos;
- La organización de la recogida selectiva de la fracción textil a través de un Centro de Coordinación de Sistemas de Productores que opere para el área urbana y a través de recogidas selectivas voluntarias realizadas en paralelo al servicio público;

- El uso juicioso y planificado de los recursos del PNR, que también deben estar dirigidos a la puesta en marcha de Sistemas Productores bajo el 'esquema RPE';
- La progresión razonable en el tiempo de los objetivos de recogida, preparación para la reutilización, reciclado y valorización de residuos textiles;
- El fomento de la prevención de la producción de residuos textiles mediante su reutilización;
- La imposición de una contribución ecológica visible a las ventas de nuevos productos textiles, que debería determinarse teniendo en cuenta los costes relacionados con la gestión del "fin de vida" y modularse sobre la base de criterios de comportamiento medioambiental;



# PROYECTOS E INICIATIVAS

dirigidos a  
Sensibilizar y educar a los  
consumidores sobre los impactos  
negativos de la moda rápida en el  
planeta



Promoviendo prácticas de  
moda responsables en  
Italia.





# REVOLUCIÓN DE LA MODA ITALIA

Fashion Revolution se fundó en 2013 tras el colapso del centro de producción Rana Plaza en Bangladesh, en el que murieron más de 1.000 personas. Está presente en 100 países de todo el mundo, donde sensibiliza a los consumidores para crear una demanda lo más amplia posible de productos éticos en el ámbito de la moda y colabora con gobiernos e instituciones para crear leyes y normas que regulen el sector textil. Junto con 60 ONG, el movimiento presentó la política en la sombra 'Textiles justos y sostenibles' al Parlamento Europeo el 3/6/2020.

En Italia, Fashion Revolution organiza eventos, paneles de debate y campañas en las redes sociales para educar a los consumidores sobre el impacto social y medioambiental de la moda rápida y promover alternativas más sostenibles.

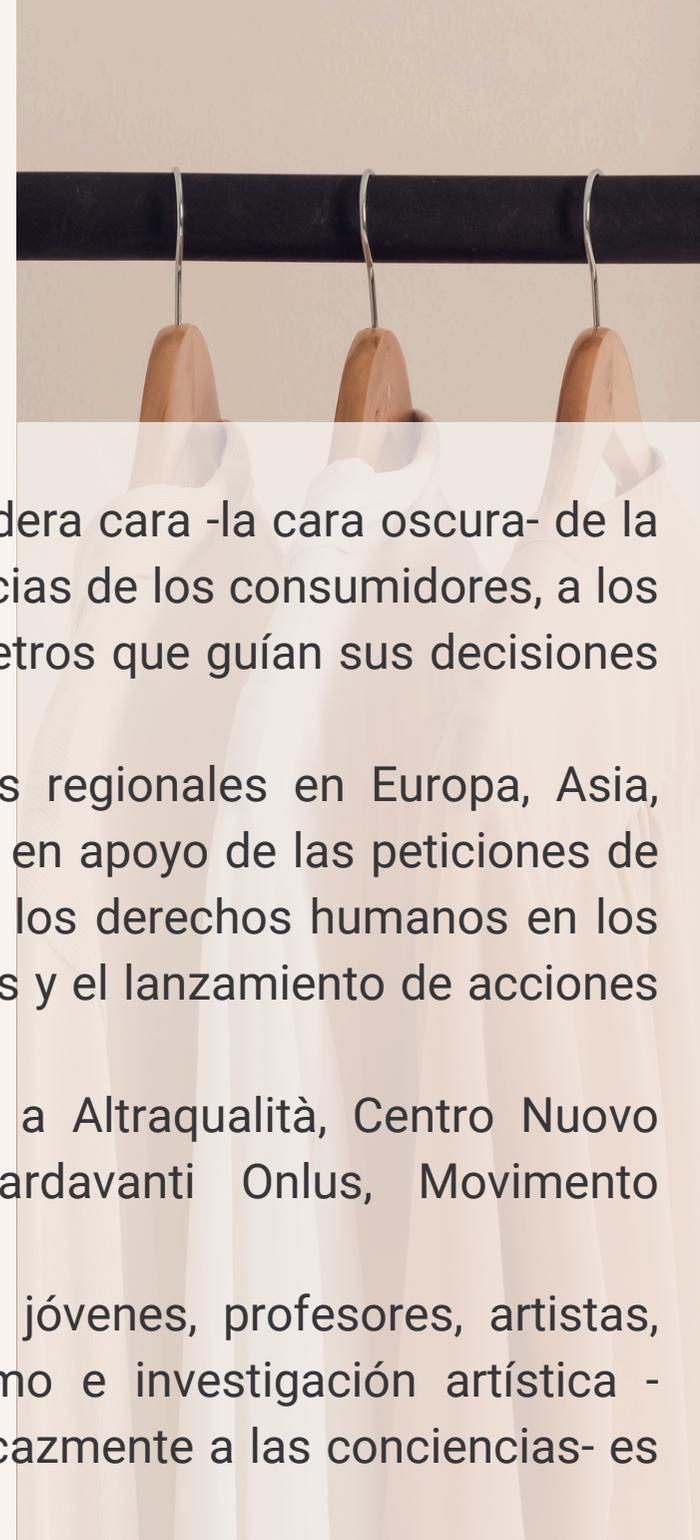
# CAMPAÑA ROPA LIMPIA

La Campaña Ropa Limpia pretende dar a conocer la verdadera cara -la cara oscura- de la moda rápida. El objetivo último es transformar las conciencias de los consumidores, a los que se pide que incluyan la justicia social entre los parámetros que guían sus decisiones de compra.

La Campaña Ropa Limpia opera a través de coaliciones regionales en Europa, Asia, Australia, Norteamérica y Centroamérica. La red interviene en apoyo de las peticiones de ayuda y solidaridad para resolver casos de violaciones de los derechos humanos en los países de producción, mediante la realización de campañas y el lanzamiento de acciones estratégicas.

La coalición italiana está coordinada por Fair e incluye a Altraqualità, Centro Nuovo Modello di Sviluppo, Fondazione Finanza Etica, Guardavanti Onlus, Movimento Consumatori, OEW, Hoferlab.

La comunidad activista que lo apoya está formada por jóvenes, profesores, artistas, académicos y trabajadores. La combinación de activismo e investigación artística -entendida como un poderoso lenguaje capaz de hablar eficazmente a las conciencias- es el nuevo campo de pruebas de la Campaña.



# DESINTOXICACIÓN DE MODA

La iniciativa anima a los consumidores a tomar conciencia del ciclo de vida de la ropa, a reflexionar sobre sus elecciones de compra y a adoptar prácticas de consumo más sostenibles. Fashion Detox invita a la gente a reflexionar sobre sus hábitos de compra y a considerar alternativas a la moda rápida, como la compra de ropa de segunda mano, el reciclaje creativo o la adopción de un enfoque minimalista del vestuario.

La iniciativa proporciona información sobre los daños causados por la industria de la moda rápida, como la contaminación de los recursos hídricos, la acumulación de residuos textiles y la explotación de los trabajadores. A través de actos, talleres y campañas de sensibilización, Fashion Detox promueve la educación y concienciación de los consumidores en cuestiones de moda sostenible. Además, la iniciativa colabora con marcas de moda responsables y sostenibles, fomentando la transparencia en la cadena de producción y difundiendo ejemplos positivos de empresas que luchan por un cambio positivo en la industria de la moda. El principal objetivo de Fashion Detox es fomentar una reflexión crítica sobre los actuales patrones de consumo y promover prácticas de moda más sostenibles que respeten el medio ambiente, los derechos de los trabajadores y la calidad de los productos. La iniciativa pretende sensibilizar e implicar a un amplio abanico de públicos, desde los consumidores a las empresas, para construir un futuro de la moda más responsable y consciente y explorar alternativas sostenibles como los mercados de segunda mano, el alquiler de ropa o compartir prendas.

# POLO DELLA MANIFATTURA SOSTENIBILE

Reforzar el diálogo entre las empresas, el mundo académico y las instituciones para promover la investigación y la innovación con vistas a la transición ecológica de la fabricación y la moda italianas. Este es el objetivo del Polo de la Manifattura Sostenibile en Campania.

El Polo de la Manufactura Sostenible trabaja para obtener los primeros prototipos que se probarán e iniciar el proceso de industrialización destinado a producir accesorios ya no en piel animal sino en materiales sostenibles, en línea con los principios de la economía circular.



El Polo está estructurado como un consorcio en el que se reúnen universidades, empresas de todo el sector manufacturero y también representantes de categorías como Assopellettieri y Confindustria Moda.

El objetivo es aumentar la capacidad de desarrollar proyectos de investigación competitivos.

El ingreso al Polo de Fabricación Sostenible sólo es posible para empresas calificadas y sanas, además de desterrar a las que no cumplan, protegiéndolas creando una blockchain para el sector.

Este es el inicio de un camino de innovación para poner en práctica el sistema europeo E.S.G. (Ambiental, Social, Gobernanza).



# NELLE GRANDI FAUCI

**NELLE GRANDI FAUCI** es un pequeño taller ubicado en las colinas de Irpinia (Campania), en el sur de Italia. NGF confecciona prendas respetando las antiguas tradiciones de la confección, utilizando tejidos de calidad y el saber hacer de los maestros artesanos.

Los tratamientos sobre el producto acabado, cuando los hay, se realizan siempre prestando especial atención a la sostenibilidad medioambiental. En el acabado no se utilizan agentes químicos, sino únicamente materiales naturales como taninos vegetales obtenidos de restos de cortezas de árboles, posos de café recuperados de bares y destinados a residuos orgánicos, o incluso vino.

El deseo de dar nueva vida a los materiales de desecho, la sostenibilidad medioambiental y la economía circular son conceptos que están siempre en el centro de la forma de concebir los productos de NGF.



# LIVING MORE SUSTAINABLE LIVES

## SOLUCIONES CIRCULARES PARA LA INTEGRACIÓN DE LOS REFUGIADOS EN EUROPA

Un taller de confección centrado en cuestiones medioambientales es una iniciativa de la Cooperativa Sociale Less de Nápoles, realizada por primera vez dentro del proyecto "Vivir una vida más sostenible: soluciones circulares para la integración de los refugiados en Europa", cofinanciado por el programa Erasmus+.

Otro objetivo es acercar a los destinatarios del curso a cuestiones sociales como la ecología y la ecosostenibilidad, el cuidado del medio ambiente y la economía circular.

Conceptos que no resultan tan obvios, sobre todo para quienes vienen de otros países. Por ejemplo, con la sastrería pudieron reutilizar todas aquellas prendas especialmente dañadas para darles una nueva vida.

# EN RESUMEN

La industria de la moda italiana está atravesando una transformación significativa, impulsada por un marco regulatorio integral destinado a promover la sostenibilidad y combatir los efectos adversos de la moda rápida. La variedad de políticas, regulaciones e iniciativas descritas resalta la postura proactiva de Italia en el fomento de un ecosistema de moda sostenible. Además, el apoyo del gobierno a la moda sostenible, a través de promociones y colaboraciones, junto con campañas de concientización dirigidas al comportamiento del consumidor, subraya un enfoque multifacético de la responsabilidad ambiental y social en la moda.

Además, las iniciativas destinadas a concienciar a los consumidores sobre los impactos negativos de la moda rápida, junto con aquellas que promueven prácticas de moda responsables, indican una creciente conciencia tanto entre los consumidores como entre los productores.

En general, la industria de la moda italiana se encuentra en un momento crucial, con la sostenibilidad a la vanguardia de su evolución. El marco regulatorio integral, junto con iniciativas lideradas por la industria y una creciente conciencia entre los consumidores, establece un camino prometedor hacia una industria de la moda más sostenible y éticamente responsable. Esta transición, si bien desafiante, es esencial para mitigar el impacto ambiental del sector de la moda y garantizar su viabilidad y prosperidad a largo plazo. A medida que la industria continúa evolucionando, es crucial que todas las partes interesadas sigan comprometidas con los principios de sostenibilidad, innovación y responsabilidad social, garantizando que la moda italiana no sólo lidere en estilo sino también en sostenibilidad.

**QUÉ MÁS?**

# EL ESTUDIO

Lo que se desprende del análisis de las políticas y buenas prácticas en los tres países participantes en la investigación es que algo se está moviendo.

Impulsados por la Comisión Europea, así como por las voces y demandas de los activistas, los gobiernos están empezando a adoptar políticas para limitar la contaminación procedente de la industria de la moda. A veces estas políticas se dirigen directamente a las industrias textil y de la moda, mientras que otras las incluyen junto con otros sectores de la economía a los que se presiona para que sean más sostenibles.

Además, en los países asociados, varias entidades -desde Slow Fashion Show en Suecia hasta The Circular Project Shop en España- trabajan para promover un enfoque más sostenible de la moda. Algunas lo hacen con el pleno apoyo de las instituciones (como en el caso de Mistra Future Fashion en Suecia o el Polo della Manifattura Sostenibile en Italia), otras lo hacen de forma autónoma en respuesta a las demandas del mercado o por una elección ética de los fundadores (como ECOALF en España o Nelle Grandi Fauci en Italia).

Nos preguntamos, pues, qué mueve las decisiones de los consumidores de moda en estos países.

Cuántos ciudadanos conocen las políticas que su país ha puesto en marcha para promover una moda más sostenible? Cuántos son conscientes del impacto medioambiental de la industria de la moda? Y los que son conscientes de las repercusiones negativas de la moda rápida. Qué hacen para reducir el impacto ambiental de sus elecciones de moda?

El estudio involucró a 49 encuestados (mayores de 18 años) y se puede acceder a ella [aquí](#). La mayoría de ellos no conocían ninguna política particular implementada por su país para promover la moda sostenible (Fig. 1).

**TIENE SU PAÍS UNA O MÁS POLÍTICAS PARA PROMOVER LA MODA SOSTENIBLE?**

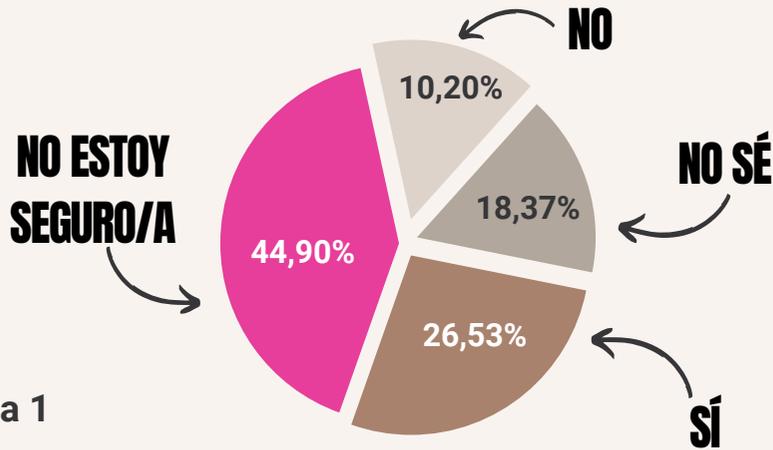


Figura 1

Al mismo tiempo, la mayoría de los encuestados (53,06%) creía que se necesitaban más leyes y/o políticas para promover la sostenibilidad en la industria de la moda.

Incluso entre aquellos que dijeron saber que su país tenía una o más políticas para promover la moda sostenible, la mayoría (69,23%) consideró que no eran suficientes.

En general, los encuestados muestran cierta conciencia de la necesidad de hacer que las empresas de moda sean más sostenibles y preferirían comprar a las más sostenibles.

La mayoría de los encuestados piensa que es muy importante que las empresas de moda hagan públicos datos y medidas con respecto a su compromiso medioambiental (Fig. 2), mientras que están más divididos con respecto a la importancia de que las empresas de moda compartan información sobre su cadena de suministro, ubicación de sus fábricas de producción y cuáles son sus relaciones con las comunidades locales donde se lleva a cabo la producción.

**QUÉ IMPORTANCIA TIENE PARA USTED QUE LAS MARCAS/EMPRESAS DE MODA HAGAN PÚBLICOS SUS COMPROMISOS MEDIOAMBIENTALES Y LAS MEDIDAS QUE ESTÁN TOMANDO PARA AYUDAR A MINIMIZAR LA CONTAMINACIÓN EN SU CADENA DE SUMINISTRO?**

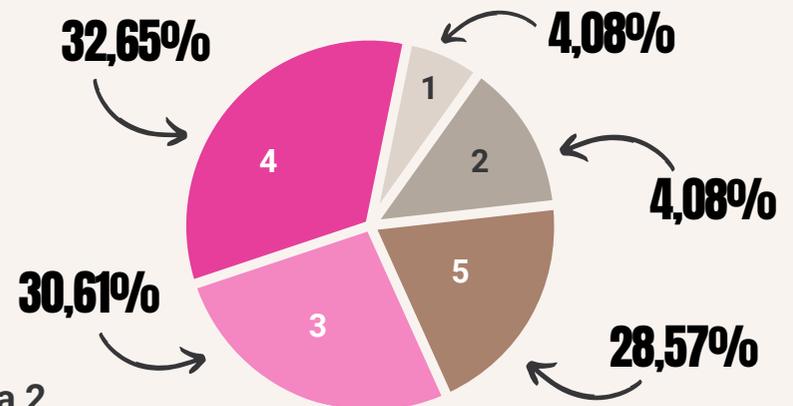


Figura 2

En una escala de 0 a 5 (donde 0=nada importante y 5=muy importante).



Luego preguntamos a los encuestados cómo encuentran información sobre marcas sostenibles. La mayoría (48,98%) cree que es muy difícil saber qué empresa cumple con altos estándares de sostenibilidad, y de hecho cree que la industria de la moda no informa a los consumidores respecto al impacto ambiental y social de la producción de ropa (44,9%). Esto es algo que preocupa a la mayoría de los encuestados (40,82%), quienes temen que la ropa que compran tenga un impacto negativo en el medio ambiente y dejarían de comprar una determinada marca de ropa si estuviera asociada a la contaminación ambiental a través de sus procesos de producción ( 71,43%) o malas condiciones laborales de los empleados que producen la ropa (65,3%).

La última parte de el estudio, por otro lado, buscaba comprender cuáles eran los hábitos de compra de los encuestados.

En general, la mayoría de los encuestados tomaron conscientemente decisiones de moda sostenibles, como comprar ropa hecha con materiales sostenibles (40,82 por ciento) o buscar información con respecto a qué tan sostenible era la marca o empresa de la que compraban ropa (28,57 por ciento).

Sólo unos pocos, sin embargo, compran ropa de marcas reconocidas como sostenibles, como Patagonia o Saye.



Interesante es el dato sobre compra de ropa sostenible, con un 40,82% de los encuestados comprando ropa sostenible y un porcentaje idéntico dice que no sabe si alguna vez ha comprado ropa sostenible. **Esta cifra parece respaldar el argumento de que es difícil encontrar información sobre cuán sostenible es una marca.**

Entre quienes compran ropa sostenible, las razones detrás de esto van desde la preocupación por la producción de residuos de la industria de la moda hasta la preocupación por las condiciones laborales y una preocupación más general por el medio ambiente.

Quienes no compran prendas sostenibles, en cambio, dicen que lo hacen porque son demasiado caras o no van acorde con su estilo.

Algunas de ellas también dicen que nunca han pensado en comprar ropa sostenible.

Entre los que dicen no saber si la ropa que compran es sostenible, sin embargo, surge una tendencia a comprar lo que se ajusta a sus gustos y está disponible en la zona donde viven, y no cuesta tanto.

Por último, intentamos averiguar qué ocurre con la ropa que no utilizan los encuestados. La mayor parte de la ropa que no se utiliza se dona o se regala a amigos y familiares. Algunas se utilizan como artículos de limpieza, se venden (en Internet o en mercadillos) o se tiran. Pocos son los que las reutilizan para hacer ropa nueva.



# EN RESUMEN

En conclusión, los resultados de este estudio subrayan una creciente conciencia pública y el deseo de tomar más medidas hacia la sostenibilidad en la industria de la moda. Sin embargo, surgen claramente desafíos relacionados con la falta de información transparente y la dificultad para acceder a productos verdaderamente sostenibles.

De hecho, la encuesta muestra un fuerte deseo de un mayor compromiso del gobierno y la industria para promover la sostenibilidad en la moda, lo que refleja una amplia conciencia y preocupación por las implicaciones ambientales y sociales de la industria de la moda.

Los datos recopilados indican una aspiración colectiva hacia una mayor transparencia y responsabilidad por parte de las empresas de moda, con especial énfasis en la importancia de hacer públicos los compromisos ambientales. Sin embargo, también hay evidencia de dificultad para encontrar información confiable sobre los impactos ambientales y sociales de las marcas, lo que genera una sensación de frustración e incapacidad para tomar decisiones informadas en los consumidores.

La división entre quienes son conscientes de que están comprando productos sostenibles y quienes no están seguros de las credenciales de sostenibilidad de sus compras pone de relieve el persistente desafío de navegar en el mercado de la moda sostenible.

Las prácticas de gestión de ropa no utilizada revelan una actitud positiva hacia el reciclaje y la reducción de residuos. Esto indica una creciente conciencia de la importancia de reducir el impacto ambiental a través de elecciones conscientes post-consumo.

**A partir de estas conclusiones, el Consorcio SAFEST ha desarrollado un conjunto de actividades destinadas a concienciar sobre el impacto de las elecciones de moda en el medio ambiente y fomentar los principios del movimiento slow fashion entre los consumidores.**

# SAFEST

# SLOW FASHION FOR THE FASHION INDUSTRY

PROYECTO Nº 2022-1-SE01-KA210-ADU-

