

Torino, 5 marzo 2021

**Alla c.a.
X Commissione Permanente Industria, Commercio, Turismo
XIII Commissione Permanente Territorio, Ambiente, Beni Ambientali
Senato della Repubblica**

Oggetto: Commento Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) - *Doc. XXVII, n. 18*

Onorevoli Senatori,

Scriviamo a nome di *rén collective*¹, associazione di promozione sociale (APS) nata con lo scopo di guidare professionisti, piccole e micro-imprese operanti nella moda nell'adozione di pratiche sostenibili all'interno dei propri business, nonché di supportare le singole persone nell'attuazione di scelte di consumo consapevoli, cosicché ciascuno possa diventare agente attivo nella transizione verso una moda più responsabile.

L'associazione è nata a Torino nel 2018 ma si è progressivamente espansa, grazie all'apporto di professionisti operanti non solo su tutto il territorio italiano ma anche all'estero (UK, Belgio, USA e Australia in particolare). Da circa due anni sono state altresì instaurate collaborazioni con le istituzioni, tra cui UN Harmony with Nature e FAO. Più di recente, l'APS ha partecipato attivamente alle consultazioni europee e inviato commenti a proposte di legge in Italia.

All'interno della compagine associativa sono presenti, oltre a esponenti dell'industria e titolari di brand che hanno come *mission* il perseguimento di obiettivi sostenibili su più livelli, una serie di esperti con competenze trasversali in una pluralità di settori. Tra questi si annoverano, in quanto particolarmente rilevanti ai fini del commento che segue: un avvocato operante in ambito proprietà intellettuale e dottoranda di ricerca in moda e sostenibilità presso la Northumbria University, accreditata come esperta presso l'UNECE (UN/CEFACT); una dottoranda di ricerca in bioeconomia circolare all'interno del programma europeo H2020 Marie Skłodowska-Curie - AgRefine presso la Ghent University; una dottoranda di ricerca presso il dipartimento di diritto dell'Istituto Universitario Europeo (EUI) di Fiesole.

Dopo aver esaminato attentamente il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (*Doc. XXVII, n. 18*), gradiremmo sottoporre all'attenzione delle illustri Commissioni Industria e Ambiente una serie di punti, per Vostra opportuna considerazione, focalizzati sulle esigenze delle

¹ <http://www.rencollective.org>

piccole e micro-imprese a vocazione sostenibile, operanti nel comparto tessile-abbigliamento-moda, che riteniamo particolarmente rilevanti per un triplice ordine di motivi.

In primis, esse rappresentano un punto di forza del *Made in Italy*, che si fonda su un tessuto produttivo caratterizzato da una **netta prevalenza di micro e piccole imprese**, spesso aggregate in distretti altamente specializzati, connotati da forti interrelazioni e da uno stretto legame con il territorio. L'attenzione verso questi attori, anche a livello europeo, è crescente: proprio a loro è dedicata la strategia UE per le PMI per un'Europa sostenibile e digitale (COM(2020) 103 final)².

In secundis, le piccole manifatture sono chiamate a rivestire un ruolo tanto inedito quanto cruciale nel rilancio di un sistema fondato su qualità, manualità e creatività, anche grazie alle possibilità offerte dalla digitalizzazione e dal c.d. “*g-localismo*”.

Da ultimo, sebbene le istanze di **sostenibilità** stiano divenendo sempre più pressanti³, non si tratta di tematiche inedite: al contrario, le richieste di cambiamento nel settore tessile-abbigliamento-moda hanno radici profonde, così come le principali criticità. Occorre quindi elaborare soluzioni *ad hoc*, anticipando la verosimile evoluzione del contesto attuale: poiché la sostenibilità cesserà di essere “di moda” e diverrà la “normalità” nel fare business, occorre sin da ora chiarire in modo univoco cosa si intende per “sostenibilità” e definire strumenti premiali per coloro che sono *realmente* impegnati su progetti in linea con i principi fissati dall'Agenda 2030.

Alla luce di quanto sopra, si ritiene che le azioni istituzionali non possano limitarsi a iniziative emergenziali, volte a favorire la ripresa a fronte della pandemia da Covid-19, bensì occorra mettere in atto strategie più pervasive e a medio-lungo termine, per garantire una svolta verso un modello che garantisca uno sviluppo del settore all'insegna delle “*tre P: pianeta, persone e profitto*”. Ciò nonostante, non si riscontrano disposizioni specifiche nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) con riferimento a queste tematiche. Di conseguenza, preme rilevare quanto segue.

1. Governance: valorizzazione delle PMI e del sistema distrettuale

Le strategie fin qui intraprese dalle istituzioni italiane sembrano indirizzate principalmente a due destinatari: *start-up* innovative e grandi società. Più di recente, il MISE ha rivolto la propria attenzione alle imprese di piccola dimensione di nuova o recente costituzione, prevedendo

² <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2020/IT/COM-2020-103-F1-IT-MAIN-PART-1.PDF> (ultimo accesso: 5 marzo 2021)

³ La necessità di drastico mutamento di paradigma nel settore, già presente prima della pandemia Covid-19, è stata intensificata dalla crisi. Tuttavia, tra i consumatori si registrava una maggior propensione verso prodotti rispettosi dell'ambiente e delle persone, specie tra le fasce più giovani della popolazione fin dall'inizio dello scorso decennio. Il processo di cambiamento è stato poi intensificato in ragione delle esigenze di conformità alle prescrizioni del *European Green Deal*, a loro volta amplificate dalle richieste di cambiamento presentate da più parti dell'industria, a livello nazionale e internazionale.

l'erogazione di contributi a fondo perduto⁴. Tuttavia, scarso rilievo sembra essere attribuito alle PMI di media-lunga data, in molti casi votate alla produzione di prime linee, prototipi, campioni, e produzioni di nicchia per imprese finali medio-grandi, con marchi a elevata visibilità e riconoscibilità. Tali sub-fornitori rappresentano un *asset* cruciale per la catena di valore, avendo la capacità non solo di assicurare la perfetta realizzazione delle idee progettuali del brand in modo flessibile e tempestivo, ma soprattutto essendo in grado di anticipare le esigenze del mercato, grazie a pervasive attività di ricerca condotte in maniera indipendente e auto-finanziata.

Nonostante l'ingente bagaglio culturale e di competenza, incentrato su materiali e tecniche, queste imprese godono di scarsa visibilità - a causa dell'endemica assenza di trasparenza che caratterizza le filiere moda - e subiscono le conseguenze del grave sbilanciamento di potere negoziale che caratterizza le loro relazioni con i grandi committenti. Tuttavia, proprio i sub-fornitori sono spesso chiamati a farsi carico degli oneri finanziari e procedurali legati alle rigide imposizioni del brand finale (certificazioni, report di sostenibilità, sistemi per il controllo della filiera, ecc.), senza godere di adeguato supporto finanziario o tecnico.

Vieppiù, spesso detti enti si trovano ad affrontare la delicata fase del passaggio generazionale, le sfide della digitalizzazione, l'adeguamento alle esigenze del mercato, il superamento della logica ben riassumibile nell'espressione "*si è sempre fatto così*", oltre a fronteggiare costrizioni finanziarie e burocratiche, in assenza di personale specializzato e budget per affidarsi a consulenti esterni.

Non sorprende, dunque, che alla molteplicità di *start-up* innovative di nuova costituzione, operanti in campo moda, non corrisponda un paragonabile proliferare di aziende manifatturiere, stante la scarsa redditività.

- *Gli strumenti volti allo sviluppo di queste imprese, fino a qui neglette, dovrebbero pertanto tener conto delle summenzionate peculiarità e porsi come primo obiettivo quello di **non creare ulteriori aggravii dal punto di vista burocratico**, che le imprese stesse non sarebbero in grado di sostenere.*
- *Iniziative e best practices dovrebbero sfruttare le interrelazioni che caratterizzano lo schema distrettuale. Di conseguenza, dovrebbero essere veicolate non solo attraverso istituzioni o associazioni di categoria (spesso avvertite come "lontane" dalle esigenze del mondo business), ma anche mediante "**ambassadors**", aziende leader che si fanno portavoce e collettore di iniziative dal taglio concreto e facilmente emulabili. Un esempio virtuoso, che si cita a titolo meramente esemplificativo, è quello del distretto di San Mauro Pascoli (FC) ove, su iniziativa di un'impresa produttrice di calzature in pelle, un cospicuo numero di aziende ha cominciato a riutilizzare i propri scarti di produzione e giacenze per*

⁴ <https://www.mise.gov.it/index.php/it/198-notizie-stampa/2042006-in-gazzetta-ufficiale-il-decreto-per-il-sostegno-all-industria-del-tessile> (ultimo accesso: 5 marzo 2021)

realizzare manufatti artigianali dall'alto valore aggiunto, volti a favorire lo sviluppo turistico locale e accrescere la conoscenza della vocazione artigianale del territorio, attraverso partnership con enti museali.

2. Reshoring

I casi di *reshoring* degli ultimi anni hanno visto come protagonisti primari marchi della moda e sono stati motivati non solo da una maggior valorizzazione della qualità e del *know-how* locale, ma anche da esigenze di abbattimento dei costi logistici. Pertanto, sebbene il ritorno delle produzioni in Italia rivesta importanza cruciale per le imprese manifatturiere, occorre prestare debita attenzione al fenomeno e tutelare adeguatamente le competenze distintive e la qualità delle manifatture locali, che spesso non vengono adeguatamente valorizzate, bensì costrette tra tempi di consegna incredibilmente stringenti e commesse assegnate al ribasso.

Particolarmente rilevanti, in questo senso, risultano i dati emersi dalla ricerca di Tessilivari del maggio 2020, nella quale si riportano non solo le pesanti ripercussioni determinate dalla crisi pandemica, ma soprattutto la presenza di pratiche commerciali sleali e lesive dell'integrità dell'intera filiera produttiva⁵, del tutto paragonabili a quelle denunciate a gran voce da più parti con riferimento ai fornitori stranieri.

- *Orbene, in ragione di quanto sopra, il presente commento non può non allinearsi al “Rapporto di Filiera” redatto dall'Osservatorio Nazionale Moda nel dicembre 2019 e sottoscritto da CNA Federmoda, Confartigianato Moda, Casartigiani e CLAAI, FILCTEM CGIL, FEMCA CISL e UILTEC UIL. In tale Documento si propongono una serie di azioni concrete che valorizzano modelli di produzione sostenibili, compatibili con la crescita delle persone, con lo sviluppo delle attività imprenditoriali e delle stesse comunità territoriali di cui sono parte. Tra queste si annoverano: le norme per il contrasto al dumping contrattuale; i criteri per l'applicazione della responsabilità in solido negli appalti in pluricommitenza; il trattamento retributivo complessivo dei lavoratori artigiani della filiera della moda, fissando il costo del lavoro in accordo con il ministero del Lavoro; strumenti per la diffusione della cultura della legalità, per valorizzare le buone pratiche*

⁵ La ricerca ha evidenziato come il 90% delle aziende tessili abbia rilevato pagamenti insoluti, e che ben il 55% delle aziende indichi che tra bonifici non ricevuti e Ri.Ba respinte si raggiungano valori tra il 25% ed il 50% degli incassi attesi. Altro dato molto rilevante è anche quello relativo alle richieste di bonus e sconti su merce già consegnata e/o ordinata: il 64% ha risposto di aver ricevuta tale richiesta, e 1 azienda su 4 segnala una percentuale di “bonus” richiesta tra il 20% ed il 30%. Un'azienda su 2 si è vista di fatto costretta ad accettare le richieste per poter continuare il rapporto con il cliente, messa di fronte all'alternativa di essere esclusa dai fornitori abituali e di vedersi ulteriormente ritardati i pagamenti di merce già consegnata. Gli sconti richiesti erodono in modo consistente i già ridotti margini di guadagno per oltre il 90% delle aziende consultate. Documento accessibile al seguente link: <https://confapiancona.us20.list-manage.com/track/click?u=2ae546bc6a2e264d79f7886c6&id=d48540947d&e=f5a6918538> (ultimo accesso: 5 marzo 2021)

territoriali e per denunciare quei fenomeni illegali con il sostegno e la collaborazione delle istituzioni.

- *Parimenti, sarebbe auspicabile che altri organi ispettivi seguano il percorso tracciato dall'INPS con l'**indagine ispettiva** condotta nel settore calzaturiero marchigiano nel 2017. In questo caso l'ente previdenziale ha invocato il principio della responsabilità solidale del committente, condannando poi il sub-appaltatore per l'evasione contributiva, non avendo questi adempiuto agli oneri a fronte di un appalto sotto costo. L'orientamento giurisprudenziale che ne è conseguito ha avallato il principio e le aziende hanno man mano regolarizzato le posizioni. Tale percorso, tuttavia, non è stato seguito da nessun altro organo ispettivo.*

In ragione di tali criticità e al fine di sfruttare al meglio le conseguenze positive della riallocazione della produzione in Italia, che ha assunto ancor più importanza prioritaria a seguito delle interruzioni nella catena di approvvigionamento causate dalla pandemia, occorre non solo prevedere benefici per le imprese che decidono di trasferire la propria filiera (o alcune linee) nel nostro Paese, ma anche adottare una serie di misure per consolidare l'industria sul territorio nazionale e ricostituire le filiere precedentemente *off-shored*. Tra queste misure si suggeriscono:

- *Incentivi per l'adeguamento tecnologico e/o il rinnovo del parco macchine;*
- *Strumenti volti alla **valorizzazione e al recupero dell'heritage aziendale e territoriale** (materiale e immateriale) precedentemente esistente;*
- *Superamento della logica meramente concorrenziale e sviluppo di modelli aggregativi virtuosi, fondati sulla **coo-petition** (collaborazione tra competitors), ancora poco diffusi tra le PMI;*
- *Promozione di **logiche di partnership lungo la filiera**, intese come relazioni non volte allo sfruttamento ma alla condivisione di obiettivi strategici comuni, con potenziali (co)investimenti per l'ottimizzazione dei processi, innovazione collaborativa, condivisione di informazioni (con conseguente incremento della trasparenza). Inoltre, la programmazione congiunta della produzione potrebbe offrire una visibilità di medio termine, cruciale per gli adeguamenti di capacità produttiva e aumentare il livello di fiducia degli investitori finanziari.*
- *Realizzazione di infrastrutture di alta qualità per il **potenziamento dei poli di eccellenza già esistenti**, favorendo ricerca e innovazione grazie a partnership con università, istituti di ricerca quali il CNR, e così via.*
- *Implementazione di **sistemi di formazione professionale efficaci**, per far fronte alla pericolosa assenza di manodopera specializzata nell'indotto manifatturiero, che mina la*

permanenza delle produzioni sul territorio italiano⁶. Detti enti di formazione, pur esistenti⁷, sono lasciati all'iniziativa e al finanziamento privato, con gli imprenditori che devono farsi educatori, superando lo "stigma" ormai associato alle professioni manuali. Le numerose richieste di ristrutturazione dell'offerta scolastica professionale, avanzate a gran voce dall'industria, sembrano essere tuttora inascoltate. Proprio in quest'ottica potrebbe collocarsi il "cambio di passo" proposto dal Governo Draghi con riferimento agli ITS, ai quali dovrebbero essere destinate ingenti risorse economiche nei prossimi anni⁸.

- *Un'altra soluzione auspicabile è quella del potenziamento del connubio formazione-lavoro, con **attività di formazione condotte direttamente in azienda**, destinate primariamente a cittadini inoccupati o disoccupati.*

Le suddette iniziative, che oggi gravano interamente sulle imprese stesse, avrebbero come corollario il ripopolamento e la valorizzazione di aree rurali, ad oggi pressoché disabitate, nonché il decongestionamento delle città; tendenze ancora una volta accelerate dalla pandemia, che richiedono risposte olistiche da parte delle istituzioni.

3. Digitalizzazione

L'escalation dell'e-commerce, se da un lato ha determinato un drammatico calo delle vendite sui canali tradizionali, dall'altro ha stimolato la reattività di un'ampia quota di PMI, che hanno diversificato i canali di distribuzione e intensificato le attività di commercio in Rete. Tuttavia, risulta innegabile constatare come questa tendenza abbia ulteriormente contribuito ad accelerare l'indebolimento di imprese operanti lungo una filiera già in sofferenza, rafforzando le imprese più robuste e maggiormente all'avanguardia. La portata della situazione ben si comprende se si fa riferimento ai dati divulgati dalla Commissione Europea, a mente dei quali solo il 17% delle PMI ha integrato con successo tecnologie digitali nelle proprie attività, rispetto al 54% delle grandi imprese⁹.

⁶ Già oggi molte imprese si trovano costrette a rifiutare commesse per assenza di personale. Il problema, estremamente vasto e diffuso, richiede soluzioni tempestive, per far fronte al cambio generazionale e ai pensionamenti da qui ai prossimi 5 anni.

⁷ Un caso, anche qui citato a livello meramente esemplificativo, è quello del Politecnico del Made in Italy di Casarano, istituto di formazione professionale orientato a creare figure altamente qualificate, difficili da reperire sul mercato, che siano in grado di soddisfare il fabbisogno di manodopera delle aziende che operano in settori ad altissimo valore aggiunto e ad alta intensità tecnica e tecnologica. L'ente è stato creato e finanziato su iniziativa pubblico-privata, grazie all'impegno di aziende, istituzioni ed organizzazioni presenti sul territorio salentino.

⁸ Anche in questo caso è possibile citare un esempio virtuoso, l'ITS Tessile, Abbigliamento, Moda di Biella, concretamente legato al mondo industriale, che permette di acquisire competenze e abilità tecniche, creative e manageriali per operare lungo la filiera.

⁹ Relazione 2018 del gruppo di lavoro sui poli dell'innovazione digitale https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/dihs_access_to_finance_report_final.pdf

Sebbene la digitalizzazione rappresenti un asset fondamentale per supportare le imprese moda sostenibili - accrescendo la trasparenza della filiera, incrementando l'efficienza dei processi di produzione, e così via - risulta del tutto prioritario approntare una serie di azioni di accompagnamento, ispirate al principio di uguaglianza sostanziale e tese a favorire la progressiva partecipazione di tutti gli attori interessati.

- *Si suggerisce di realizzare una **mappatura delle realtà manifatturiere esistenti e di fornire supporto per la creazione di siti web multilingua, opportunamente indicizzati**, ove siano indicati (tra gli altri): materiali, lavorazioni, minimi d'ordine. In questo modo si potrebbe sopperire al problema della scarsa visibilità delle imprese sub-fornitrici italiane, soprattutto all'estero, incentivando la messa a sistema dei vari attori.*
- *Inoltre, e linea con quanto stabilito dalla Commissione Europea (strategia dell'UE per le PMI - cfr. Par. 3.12.2), si raccomanda la predisposizione di **strumenti volti a incrementare le competenze dell'attuale forza lavoro negli ambiti digitali**, per migliorare l'alfabetizzazione, le competenze e le capacità digitali a tutti i livelli, affiancando le aziende nelle varie attività di integrazione e gestione, nonché in settori specifici e tecnologicamente avanzati quali Intelligenza Artificiale, blockchain e cybersecurity.*
- *Risultano, peraltro, particolarmente convincenti le proposte della Commissione di accrescere il collegamento tra PMI e università/erogatori di formazione a livello locale, nonché di creare programmi che mirano a consentire a giovani qualificati e soggetti più senior dotati di esperienza di condividere le loro competenze digitali con le imprese tradizionali.*

4. Bioeconomia circolare

Oggi l'industria dell'abbigliamento utilizza in maniera preponderante materiali petrolchimici come poliestere, nylon e altre fibre sintetiche che costituiscono oltre il 60% di tutte quelle utilizzate ogni anno. La richiesta di poliestere è raddoppiata negli ultimi 15 anni e ha superato di gran lunga il cotone come materiale tessile più prodotto. Il cotone è la seconda fibra più utilizzata, nonostante le peculiarità produttive che lo rendono poco sostenibile a causa delle grandi quantità d'acqua e l'utilizzo di sostanze chimiche che necessita. L'utilizzo di fonti fossili nel caso delle fibre sintetiche e l'ingente consumo di risorse associato alla produzione di cotone, rendono necessaria la ricerca di materie prime rinnovabili, il cui utilizzo richieda un consumo notevolmente inferiore di energia e risorse, che valorizzino le risorse locali evitando gli sprechi e che siano facilmente riutilizzabili o riciclabili.

La produzione di filati e tessuti a partire da scarti organici presenti sul territorio può costituire una soluzione efficace per creare filiere innovative, creando materiali di alto valore completamente *Made In Italy* in ogni step di produzione, secondo una logica di bioeconomia circolare.

Quest'ultima, a differenza dell'attuale modello economico basato sull'utilizzo di fonti fossili, si basa infatti sull'utilizzo di risorse biologiche combinando il settore agricolo e forestale con biotecnologie innovative per la produzione di energia e materiali, tra cui quelli tessili.

In questo ambito i residui vegetali derivanti da colture alimentari, che normalmente vengono lasciati marcire o ricorrentemente bruciati, sono diventati una risorsa preziosa da trasformare in nuovi materiali. Questi rifiuti forniscono infatti una risorsa sostenibile e rigenerativa per i tessuti di moda e un flusso di reddito aggiuntivo per gli agricoltori. A livello nazionale esistono diverse startup innovative dedicate a questo tema. Tra queste aziende rientrano *Orange Fiber*, che utilizza scarti dell'industria agrumicola per la produzione di filati e tessuti simili alla seta; *Frumat* e *Vegea*, che realizzano prodotti in similpelle a partire rispettivamente da bucce di mela e bucce e semi di scarto dell'uva; *Duedilatte* in grado di creare tessuti a partire dai derivati della caseina estratta dal latte, riso e scarti di caffè.

Facilitare la diffusione di modelli di business simili a quelli sopra citati rappresenta un'opportunità per raggiungere gli obiettivi fissati a livello Europeo dal Green Deal e dalla Bioeconomy Strategy 2018 in termini di decarbonizzazione dell'economia, riduzione degli impatti ambientali, circolarità dei processi produttivi, creazione di valore sociale e nuovi posti di lavoro a livello locale.

Lo sviluppo e la diffusione di tali modelli di business (*bio-based*) dipende strettamente dalla facilità di reperimento delle materie prime. Si suggerisce pertanto:

- *La creazione di strumenti che riescano a mobilitare gli scarti agro-alimentari disponibili sul territorio. Tra questi, una **mappatura aggiornata a livello regionale e comunale sulla tipologia e quantità di scarti agro-alimentari utilizzabili per la produzione di fibre tessili**, attualmente conferiti in discarica o inceneriti, stimolerebbe gli investimenti privati nel settore, grazie alle garanzie che le aziende otterrebbero sulla reperibilità delle materie prime. Tale mappatura permetterebbe di dare priorità all'approvvigionamento da risorse nazionali, accorciando le filiere produttive e riducendo gli impatti ambientali derivati dai trasporti. Alla mappatura di queste risorse dovrebbe corrispondere un **efficientamento dei sistemi di raccolta su tutto il territorio nazionale**. Per lo sviluppo di strumenti di mappatura e di efficientamento sono fondamentali **partnership con società digitali** per lo sviluppo di soluzioni "smart" per tracciabilità dei rifiuti, come già sperimentato per la raccolta e il riutilizzo dei rifiuti elettrici ed elettronici (RAEE)¹⁰.*

In riferimento alla riduzione dell'impatto ambientale delle catene di approvvigionamento:

¹⁰ Ad esempio: *Progetto Inno-Wee* <https://innowee.eu/>

- *Ridurre l'impatto ambientale del settore comporterebbe anche l'implementazione strategie di “nearshoring” che minimizzino, per quanto possibile, le spedizioni delle merci, avvicinando le fasi di produzione e retail, abbassando anche i rischi di eventuali nuovi contagi. In riferimento alle catene di approvvigionamento del futuro, si dovrà tenere conto del potenziale danno che eventi imprevedibili come il Covid-19 possono generare a livello di operations. Costruire filiere locali fondate sul riutilizzo di risorse generate sul territorio è quindi fondamentale per prevenire e mitigare i rischi.*

Inoltre, per l'adozione di modelli di business basati sull'utilizzo di scarti organici e incentivare il “nearshoring”, è necessario:

- ***Agevolare le relazioni intersettoriali**, in particolare tra il settore agro-alimentare, tessile e di retail, creando sinergie tra catene di valore alimentari e non alimentari. Dovrebbero quindi essere promosse e incentivate attività di networking tra i settori per la creazione di più robuste catene di approvvigionamento e di valore a livello regionale o multiregionale.*

Tra gli ostacoli riscontrati dalle *start-up* nel settore rientra quello di trovare infrastrutture adatte a cui affiancare la propria linea innovativa di produzione. Spesso, infatti, la creazione di impianti pilota *ad hoc* per i processi di filatura non è economicamente sostenibile per le aziende che si affacciano a questo tipo di mercato. Pertanto, queste ultime dovrebbero:

- *Essere sostenute e agevolate nel loro sviluppo attraverso la **realizzazione o messa a disposizione di infrastrutture accessibili per lo scaling-up dei processi industriali**, e attraverso la **creazione di poli regionali** competenti per un efficace trasferimento tecnologico.*

Un'ulteriore difficoltà nella fase di avviamento di questo tipo di aziende riguarda la comunicazione con i produttori di biomassa nel settore agricolo sui vantaggi legati a intraprendere strade innovative per lo smaltimento dei propri rifiuti. Questo problema è legato in parte all'incertezza sui possibili guadagni e benefici rispetto a una strada tradizionale di smaltimento, come la discarica o l'incenerimento, considerata più sicura, e in parte al rischio percepito nel dover rilasciare informazioni sulle quantità dei propri rifiuti. A tal proposito si suggerisce:

- ***La creazione di programmi accessibili di comunicazione, educazione e training per i fornitori di materie prime** (aziende agro-alimentari) su tutto il territorio nazionale riguardo le nuove opportunità di business e innovazione che deriverebbero dalla sinergia con il settore tessile nell'ambito della bioeconomia. Inoltre, potrebbero essere previsti **incentivi fiscali** per le aziende agricole che prediligono il prolungamento della vita utile dei propri scarti rispetto al recupero energetico o allo smaltimento, ovvero che rispettano*

la gerarchia indicata dalla Waste Framework Directive 2008/98/EC della Commissione Europea.

Infine, per consentire la diffusione di prodotti tessili *bio-based* sul mercato, si consiglia:

- *La promozione dell'utilizzo di standard di sostenibilità, sistemi di certificazione ed etichette per sostenere il mercato bio-based e per assicurare parità di condizioni con i prodotti convenzionali.*

5. Moda circolare

La Comunicazione Della Commissione del 11 dicembre 2019 (COM(2019) 640 final), che introduce il Green Deal europeo, statuisce chiaramente che, sebbene il piano per l'economia circolare sia destinato a guidare la transizione di tutti i settori, gli interventi si concentreranno in particolare su ambiti ad alta intensità di risorse - tra cui quello tessile.

- *Al fine di incoraggiare pratiche di riutilizzo, riparazione e upcycling, si ritiene opportuno emulare l'esempio di molti Paesi europei ed extraeuropei¹¹, che hanno introdotto **agevolazioni fiscali per le riparazioni**. Tali misure sono del tutto in linea con il Green Deal Europeo, nel quale si evidenzia, peraltro, come i settori del riutilizzo e della riparazione assorbono molta manodopera e contribuiscano significativamente all'agenda sociale e per l'occupazione dell'Unione.*

Inoltre, a parere di chi scrive è necessario **dare impulso alle attività di progettazione per il riciclo**: invero, molti prodotti non possono essere attualmente riparati a causa del modo in cui sono stati progettati oppure perchè non sono disponibili i pezzi di ricambio o le informazioni sulla riparazione.

- *Si suggerisce quindi di ovviare a questo problema, anche mediante il coinvolgimento delle autorità regionali e locali, che possono svolgere un ruolo chiave nell'incoraggiare il riutilizzo e la riparazione, mediante la concessione di finanziamenti (attraverso i Fondi Europei) a progetti virtuosi, la messa a punto di campagne di sensibilizzazione, lo scambio di informazioni e di buone prassi.*

Si reputa altresì opportuno l'inserimento di una disposizione concernente l'**obbligo di riutilizzo e mappatura delle giacenze di produzione** (c.d. *deadstock*). La questione è particolarmente rilevante per i tessuti, che non vengono utilizzati dai brand per una serie di ragioni, tra cui la mancata corrispondenza del colore alle aspettative, ordini in quantità superiore al necessario,

¹¹ Per un'overview, si veda: http://www.rreuse.org/wp-content/uploads/RREUSE-position-on-VAT-2017-Final-website_1.pdf

materiali non risultati idonei allo scopo per cui erano stati acquistati. Attualmente, si stima che nei magazzini di tutto il mondo giacciono tessuti inutilizzati per un valore che supera i 120 miliardi di dollari. Molto spesso, peraltro, questi materiali finiscono per essere bruciati o distrutti.

- *Anche in questo caso pare profittevole incentivare il flusso di dati, creando **archivi e marketplace facilmente accessibili** riguardanti deadstock presenti su tutto il territorio nazionale - per cui si cita a titolo esemplificativo il modello implementato dal marketplace americano *Queen of Raw*¹².*

Una soluzione di siffatta sorta potrebbe far fronte anche alla complementare richiesta di piccole quantità di tessuti da parte dei brand emergenti, che attualmente rimangono - nella più parte dei casi - disattese. In ogni caso, non bisogna dimenticare di calibrare questa proposta con le esigenze delle imprese di tutelare i propri diritti di proprietà intellettuale (ed evitare che vi siano prodotti analoghi sul mercato nella medesima stagione), ovvero disporre dei materiali per riprodurre un capo diventato *bestseller*.

Si reputa, ancora, opportuno l'erogazione di **incentivi per start-up ed imprese che fanno di upcycling e restyling il proprio modello di business**, utilizzando *deadstock* o capi giunti al termine del ciclo di vita come materia prima per la manifattura di prodotti, in contrapposizione alla logica estrattiva legata all'uso di materiali e componenti vergini.

- *Tali incentivi possono tradursi in una varietà di agevolazioni che favoriscano la creazione di laboratori, sedi di produzione artigianale e manifatturiera, facilitando l'acquisizione di immobili e spazi inutilizzati da parte di nuove micro e PMI con il coinvolgimento delle autorità regionali e locali. Parimenti, adeguati incentivi e sostegno dovrebbe essere garantito per tecnologie e impianti destinati al riciclo.*

La promozione di pratiche a supporto di una transizione verso un'economia circolare dovrebbe interessare, infine, anche i prodotti 'satellite' del sistema moda. Tra questi, gli appendiabiti sono sicuramente tra i prodotti ad alto impatto ambientale, a tal punto da essere stati definiti "le cannuce di plastica" del mondo della moda. Invero, il loro utilizzo genera significativi problemi di sostenibilità ambientale, in quanto l'85% delle grucce finisce in discarica. Sebbene non siano disponibili dati per l'Italia, è noto che negli Stati Uniti, ogni giorno oltre 15,5 milioni di grucce in plastica e in legno vengono gettate via, con un risultato di 8 miliardi ogni anno. Analogamente, nel Regno Unito ogni anno vengono distrutti 100 milioni di grucce in plastica. Si tratta, in particolare, di appendiabiti che i clienti non vedono neppure, in quanto vengono rimossi dai negozianti prima di esporre gli abiti su grucce più in linea con lo stile del brand.

¹² <https://www.queenofraw.com/>

Secondo le dichiarazioni rilasciate dalla Ellen MacArthur Foundation¹³, i brand possono allungare la vita degli appendiabiti semplicemente rimuovendo il marchio, che ne limita il riutilizzo. Una maggiore uniformità nello stile consentirebbe peraltro di assicurarne la circolazione più a lungo.

Si ritiene quindi opportuno estendere la disciplina prevista per le borse di plastica anche agli appendiabiti, operando gli aggiustamenti necessari alla normativa vigente.

- *Una misura transitoria efficace sarebbe quella di implementare un sistema di restituzione e riutilizzo degli appendiabiti, e di altri prodotti 'satellite', simile a quello del 'vuoto a rendere' per le bottiglie di plastica.*
- *Al contempo, si suggerisce di imporre l'obbligo di utilizzo di borse e di appendiabiti biodegradabili e compostabili.*

6. Greenwashing

Il greenwashing è un fenomeno per il quale un brand lascia intendere ai consumatori di rispecchiare profili di sostenibilità senza che questi siano messi in pratica nella loro completezza. Il fenomeno non pertiene soltanto alle circostanze in cui il brand rilasci dichiarazioni false. Al contrario, molto spesso le dichiarazioni rilasciate corrispondono al vero, pur tuttavia nascondendo agli occhi del consumatore altri aspetti che, ove messi a nudo, minerebbero la credibilità del brand in termini di impegno verso una produzione sostenibile. Di recente, il tema è tornato all'attenzione dei più per via del report rilasciato dalla Commissione Europea relativo allo 'sweeping' dei siti web. L'indagine viene condotta su temi diversi ogni anno e il tema di quest'anno ha riguardato proprio il greenwashing. I risultati dell'indagine hanno rilevato la presenza di greenwashing in quasi il 50% dei siti oggetto di studio¹⁴, portando dunque il problema sotto i riflettori.

- *Intervenire per contrastare il greenwashing significa fare in modo che i consumatori acquistino prodotti in linea con le proprie preferenze. A tal fine, esistono già strumenti giuridici: in particolare, la normativa riguardante le pratiche commerciali scorrette e ingannevoli. Un primo passo potrebbe dunque essere quello di **potenziare i meccanismi esistenti**, come le **segnalazioni all'Autorità garante concorrenza e mercato**. Si potrebbe, per esempio, creare una **sezione apposita** per i casi di greenwashing in modo che l'Autorità possa eseguire la propria funzione con obiettivi mirati.*

Un secondo strumento tradizionalmente efficace nel garantire una corretta comunicazione con i consumatori sono le **etichette**. Una misura discussa anche in altri Paesi dello Spazio Economico Europeo, come la Norvegia, riguarda l'attribuzione di etichette di diverso colore ai prodotti

¹³ <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/case-studies/achieving-re-use-at-scale-in-the-fast-moving-consumer-goods-sector>

¹⁴ Screening of websites (europa.eu): https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_269

destinati ai consumatori: idealmente l'etichetta verde indicherebbe un prodotto ad alto livello di sostenibilità, l'etichetta gialla un livello intermedio e l'etichetta rossa un livello basso, in maniera simile a quanto avviene per l'indicazione di efficienza energetica dei prodotti (e degli immobili).

- *L'attribuzione di queste etichette dovrebbe basarsi su **criteri prestabiliti** (e non solo su ciò che un'azienda dichiara di essere) la cui **elaborazione** dovrebbe essere **partecipata** anche dalle associazioni di consumatori. Oltre al carattere sostanziale delle pratiche di sostenibilità messe in campo, la valutazione di un'azienda dovrebbe basarsi anche sulle certificazioni eventualmente possedute e sulla **completezza e/o credibilità** di quest'ultime. In particolare, in presenza di una certificazione bisognerebbe valutare la presenza o meno di eventuali conflitti di interesse nell'emissione della certificazione. Tali conflitti possono sussistere, per esempio, nel caso in cui l'organizzazione emittente abbia come prima fonte di sostentamento economico le 'membership fees' dei brand che sottoscrivono gli standards dell'organizzazione (es. Better Cotton Initiative).*

Dal punto di vista sostanziale, in un eventuale sistema di etichette quale quello qui raccomandato, bisognerebbe tenere conto dell'**impatto dell'intera catena di valore**: come anticipato, spesso gli impegni presi da un'azienda in termini di sostenibilità gravano sui sub-contraenti che fanno parte della catena di valore e che, almeno nel settore tessile, sono spesso localizzati in economie in via di sviluppo o non industrializzate. L'etichetta relativa al Paese di origine o posto di provenienza non è un'indicazione sufficiente a valutare l'impatto sociale, ambientale, politico della catena di valore.

- *Tenere conto di tali aspetti e integrare l'informazione tramite un sistema di etichette semplice ma completo permetterebbe di colmare questa lacuna informativa ponendosi in linea con le più recenti riflessioni normative a livello Europeo (sentenza Psagot CGUE C-363/18). Una misura di questo tipo servirebbe anche a veicolare il messaggio che **il Paese di origine non rende un prodotto più o meno sostenibile**: solo una valutazione sistemica e organizzata delle pratiche sottese alla produzione sarà in grado di assicurare un'informazione veritiera e trasparente ai consumatori.*

Si suggerisce, inoltre, di seguire un approccio analogo a quello già adottato dalla Francia che, nella legge 105/2020 del 10 febbraio 2020¹⁵ introduce agli articoli 13 e 15, rispettivamente, indicazioni obbligatorie per l'etichettatura ambientale e uno schema opzionale basato sul *life cycle assessment*.

15

https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=175EAA799EA93D12B3FC47747B43B271.tplgfr24s_1?cidTexte=JORFTEXT000041553759&categorieLien=id

A parere di chi scrive, sarebbe infatti individuare i criteri fondamentali a cui tale sistema di etichettatura dovrebbe ispirarsi, avviando ampie consultazioni con i soggetti interessati in un arco di tempo adeguato.

- *Si suggerisce quindi l'adozione di sistema di etichettatura obbligatoria, riguardante dati di carattere ambientale e sociale, a seguito di un periodo di sperimentazione, sulla scorta del modello adottato oltralpe, mediante marcatura, etichettatura o mediante qualsiasi altro processo idoneo, anche con l'ausilio delle nuove tecnologie, in merito alle qualità e caratteristiche ambientali - a titolo esemplificativo e non esaustivo: l'utilizzo di materiali riciclati, l'uso di risorse rinnovabili, la durabilità, la compostabilità, la riparabilità, le possibilità di riutilizzo, la riciclabilità e la presenza di sostanze pericolose, la presenza di metalli preziosi o di materie prime rare. Dette qualità e caratteristiche sono individuate favorendo un'analisi dell'intero ciclo di vita dei prodotti.*
- *Le informazioni devono essere visibili o accessibili al consumatore all'atto di acquisto. Il produttore o l'importatore è responsabile della messa a disposizione del pubblico dei dati relativi alle suddette qualità e caratteristiche in un formato facilmente replicabile e utilizzabile da un sistema di elaborazione automatizzato in forma aggregata. I soggetti che desiderano adottare detto sistema, mediante marcatura, etichettatura o qualsiasi altro processo idoneo, anche in formato digitale, si impegnano ad eseguire l'aggiornamento periodico dei dati e garantiscono la veridicità degli stessi.*

Tale obbligo sarebbe in linea con il Regolamento (EU) n. 1007/2011 del 27 settembre 2011 relativo alle denominazioni delle fibre tessili e all'etichettatura e al contrassegno della composizione fibrosa dei prodotti tessili, che mira proprio a “consentire ai consumatori di operare scelte informate”. In tal senso, un'indicazione sull'impatto ambientale e sul *life cycle assessment* consentirebbe ai consumatori di orientare le proprie scelte verso i prodotti che rispecchino le proprie preferenze non solo in termini di qualità, intesa come performance o caratteristiche specifiche, ma anche in termini di sostenibilità, senza incorrere il rischio di essere indotti in inganno da pratiche commerciali poco trasparenti.

7. Distruzione dei prodotti contraffatti

Un ulteriore annoso problema, benché poco considerato, è quello legato alla distruzione dei prodotti contraffatti, che sono in notevole incremento come conseguenza della pandemia e dell'espansione del commercio elettronico.

Il Piano Strategico Nazionale¹⁶ attualmente in vigore in Italia non considera in alcun modo questo tema e si concentra esclusivamente sulle esigenze di tutela dei diritti facenti capo ai titolari dei

¹⁶ http://www.cnac.gov.it/attachments/article/162/Piano%20Strategico%20Nazionale%202019-2020_20190712.pdf (ultimo accesso: 5 marzo 2021)

marchi, ignorando le enormi conseguenze ambientali e sociali cagionate dalla produzione (spesso in condizioni di lavoro degradanti), nonché dallo stoccaggio e distruzione di centinaia di migliaia di prodotti moda contraffatti. Analogamente, gli articoli 46, 59, 61 e 69 dell'Accordo TRIPS (1994), che forniscono il quadro giuridico internazionale relativo alle procedure di smaltimento, non prendono in considerazione aspetti di sostenibilità ma impongono esclusivamente che i prodotti non rientrino nei canali commerciali.

I metodi di smaltimento attualmente in uso vanno dalla combustione, alla triturazione, alla frantumazione, all'interramento in discarica, al riciclo e alla donazione a enti di beneficenza. L'adozione di un metodo o di un altro dipende dalla regolamentazione nazionale, dalla natura dei beni e dalla volontà dei titolari dei diritti.

- *Si suggerisce, pertanto, di instaurare un tavolo di discussione volto ad elaborare **Linee Guida** economicamente efficienti ma, al contempo, attente all'ambiente e alla salute delle persone, ampiamente condivise e definite di concerto con gli enti preposti (tra cui Guardia di Finanza, Autorità Doganali, CNAC, INDICAM, associazioni di categoria, associazioni a tutela dell'ambiente, ecc.).*

Debita considerazione merita il fatto che uno dei maggiori ostacoli allo smaltimento sicuro ed ecologico delle merci contraffatte è la **mancanza di strutture adeguate per la distruzione e il riciclo di materiali specifici**.

- *Pertanto, sarà essenziale promuovere gli investimenti in tali tecnologie, così come il dialogo tra il settore pubblico e privato. Inoltre, sarebbe auspicabile rimuovere o mitigare le barriere al movimento internazionale delle merci contraffatte confiscate, al fine di creare degli hub di riciclo. A questo scopo, dovrebbero essere stabiliti efficaci accordi di cooperazione regionale, sub-regionale e bilaterale, sotto la supervisione dell'Organizzazione Mondiale delle Dogane.*

Inoltre, occorrerà definire i limiti relativi alla donazione dei prodotti contraffatti a enti di beneficenza, superando i problemi relativi alla provenienza dei beni, alla loro indefinita (o provata) scarsa qualità e la probabilità che gli articoli vengano reintrodotti nei canali commerciali.

- *A tal fine, possono essere presi a modello alcuni esempi virtuosi, quali la charity britannica HIS Church, che effettua attività di de-branding e il re-badging dei vestiti contraffatti, utilizzando il proprio marchio "His" e adopera i prodotti così ottenuti a scopi umanitari.*

Infine, se la distruzione delle merci contraffatte non può essere evitata, dovrebbe essere presa come un'opportunità per rafforzare il messaggio di insostenibilità dei prodotti contraffatti, responsabili di danni ambientali e della messa in pericolo della salute e della sicurezza dei consumatori.

- *Imparando dalle esperienze asiatiche - dove la distruzione dei prodotti contraffatti è presidiata dalla presenza di figure politiche di spicco e pubblicizzata su televisione*

nazionale, stampa e social media - queste procedure dovrebbero essere ripensate in ottica di strumento educativo, con la finalità di modellare gli atteggiamenti pubblici in riferimento alla sostenibilità.

Restiamo a disposizione per qualsiasi chiarimento.

Cordiali saluti.

A cura di:

Avv. Sara Cavagnero (sara.cavagnero@live.it - 333 3626539)

Dott.ssa Rebecca Ravalli (rebecca.ravalli@eui.eu - 345 4641086)

Dott.ssa Francesca Magnolo (francesca.magnolo@ugent.be - 379 1758617)

In nome e per conto di **rén collective**
info@rencollective.org

Si ringraziano per commenti e revisioni:

Francesca Mitolo, Nicoletta Stecca e Lorenza Vacchetto

Roberta Alessandri

Gaia Segattini, Daniela Diletti e Giancarlo Torreggiani