

اثرات محیط زیستی در صنعت مد:

از شاخص ها تا اقدام مؤثر

اروپا را ملزم به گزارش دهی دوگانگی اثرات مالی و محیط زیستی می کند.

در ایالات متحده، قوانین افشای اقلیمی SEC نظارت بر گزارش دهی انتشارها را افزایش می دهند. در فرانسه، قانون ضدپسماند (AGEC) برندها را موظف به افشای ردپای محیطی محصولات به مصرف کنندگان می کند.

با این حال، همچنان شکافی وجود دارد: بسیاری از گزارش ها به کاهش واقعی انتشار، مصرف آب یا آلودگی شیمیایی منجر نشده اند.

© محدودیت های رویکرد مبتنی بر شاخص ها

چرا با وجود افزایش گزارش دهی، اثرات مورد انتظار حاصل نشده است؟ چند محدودیت اصلی وجود دارد:

* پراکندگی استانداردها: چارچوب های مختلف (GRI، SASB، CDP، Higg) باعث خستگی گزارش دهی برای کارخانه ها و تأمین کنندگان می شوند.

* اتکا به برآوردها: بسیاری از شرکت ها به جای داده های اولیه، از میانگین صنعتی استفاده می کنند که منجر به برآوردهای نادرست می شود.

* ریسک سبزشویی (Green washing): گزارش ها ممکن است موفقیت های کوچک را برجسته کنند و چالش های سیستماتیک را پنهان سازند.

* پوشش محدود زنجیره تأمین: گزارش دهی اغلب تنها بر کارخانه های سطح ۱ تمرکز دارد و فرآیندهای بالادستی مانند رنگرزی، ریسندگی یا کشت مواد اولیه نادیده گرفته می شوند.

* خستگی ذینفعان: سرمایه گذاران، مصرف کنندگان و NGOها نسبت به ادعاهای پایداری بدون شواهد قابل تأیید، بدبین هستند.

در یک کلام، گزارش دهی اغلب در مرحله اندازه گیری متوقف می شود. نیاز به ایجاد چرخه بازخورد قوی میان اندازه گیری و اقدام اصلاحی وجود دارد.

© اهمیت پیوند گزارش دهی با اقدام

صنعت مد تحت نظارت شدید است؛ نه فقط به

© وضعیت گزارش دهی محیط زیستی در مد در دهه گذشته، گزارش دهی محیط زیستی در صنعت مد و نساجی به طور قابل توجهی بالغ شده است.

در حال حاضر اکثر برندهای بزرگ گزارش های پایداری یا ESG سالانه منتشر می کنند، اغلب مطابق با چارچوب هایی مانند 'SASB، GRI' یا 'TCFD'. در این میان ابزارهای خاص صنعت مد نیز ظهور کرده اند:

* شاخص Higg: ارائه داده های اثرات محیطی در سطح کارخانه و محصول (توسط Cascal / Coalition Apparel Sustainable).

* گزارش های PDC درباره آب و اقلیم: برای ارتباط با سرمایه گذاران استفاده می شوند.

* Science-Based Targets Initiative (SBTi): برندها را ملزم به همسویی اهداف کاهش انتشار با توافق پاریس می کند.

شاخص های معمول گزارش شده شامل موارد زیر هستند:

* انتشار گازهای گلخانه ای (Scope ۱، ۲) و به طور فزاینده Scope ۳

* مصرف آب و تخلیه فاضلاب

* شاخص های ایمنی شیمیایی

* پسماند، بازیافت و نرخ های چرخه ای شدن عوامل قانونی نیز این روند را تسریع می کنند.

دستورالعمل گزارش دهی پایداری شرکت ها (CSRD) اتحادیه اروپا، شرکت های مد فعال در

در سال های اخیر، صنعت مد گزارش دهی اثرات محیط زیستی را به عنوان ابزاری برای نشان دادن پیشرفت در اهداف پایداری پذیرفته است. برندها اکنون به طور منظم گزارش های ESG (محیط زیست، اجتماعی، حاکمیت) منتشر می کنند، داده های انتشار گازهای گلخانه ای را به پلتفرم هایی مانند CDP (Disclosure Project Carbon) ارائه می دهند و شاخص های مصرف آب، انرژی و مدیریت پسماند در زنجیره تأمین خود را رصد می کنند. با این حال، منتقدان معتقدند که با وجود افزایش اندازه گیری ها، هنوز اقدامات عملی کافی برای تغییر نتایج واقعی انجام نمی شود.

اعداد، نمودارها و گزارش ها مهم هستند، اما نمی توانند جایگزین اقدام واقعی در زمینه کاهش کربن، مدیریت آب و ایمنی شیمیایی شوند. اغلب گزارش دهی صرفاً به یک تمرین انطباق یا ابزار روابط عمومی تبدیل می شود، نه محرک تحول سیستمی.

چالش واقعی صنعت مد امروز این نیست که آیا می تواند اثرات را اندازه گیری کند، بلکه این است که آیا می تواند این شاخص ها را به بهبودهای قابل اندازه گیری برای انسان و محیط زیست تبدیل کند. این مقاله به محدودیت های گزارش دهی محیط زیستی فعلی، ضرورت پیوند داده ها با اقدام و استراتژی هایی برای تبدیل گزارش دهی به محرک تغییر می پردازد.



*از تمرکز بر سطح ۱ به پوشش کامل زنجیره تأمین: شامل کارخانه‌های سطح ۲ و ۳ برای پوشش مراحل با بیشترین اثرات محیط‌زیستی. با ادغام گزارش‌دهی در سیستم‌های تصمیم‌گیری، داده‌ها نه فقط توصیفی، بلکه دستورالعمل‌محور خواهند بود.

جمع‌بندی

انقلاب گزارش‌دهی محیط‌زیستی در صنعت مد موجی از داده‌ها ایجاد کرده است، اما داده به‌تنهایی کافی نیست. VOC، PFAS، انتشار کربن و فاضلاب با شاخص‌ها حل نمی‌شوند؛ نیاز به اقدام ملموس دارند.

انتقال از گزارش‌دهی به نتایج حیاتی است. اهداف مبتنی بر علم، نظارت دیجیتال، ادغام با تأمین‌کنندگان و تأیید شخص ثالث می‌تواند گزارش‌ها را به نقشه راه تبدیل کند.

نمونه‌ها نشان می‌دهند که وقتی برندها و کارخانه‌ها گزارش‌دهی را به سرمایه‌گذاری و پاسخگویی پیوند می‌دهند، بهبودهای واقعی حاصل می‌شود.

برای قانون‌گذاران، برندها و مصرف‌کنندگان، پیام روشن است: گزارش‌دهی باید از بازی عددی به سامانه‌ای مبتنی بر نتایج تبدیل شود.

اعتبار صنعت مد در حوزه پایداری، نه به میزان داده منتشرشده، بلکه به میزان تغییرات واقعی ایجادشده بستگی دارد.

شرکت‌هایی که این تحول را پذیرفته و اجرا کنند، عملیات خود را آینده‌نگر خواهند ساخت، اعتماد ذینفعان را جلب کرده و به سمت آینده‌ای واقعاً پایدار حرکت می‌کنند.

SASB: Sustainability Accounting Standards Board

GRI: Global Reporting Initiative

TCFD: Task Force on Climate-Related

Financial Disclosures

Fibre2Fashion

مرجع:

©نمونه‌های موفق: از شاخص‌ها تا اثر واقعی
*H&M: دسترسی به سفارشات خرید و سرمایه سبز را به گزارش دقیق انتشار کربن تأمین‌کنندگان پیوند داده است.

*پاتاگونیا: فراتر از گزارش‌دهی، در پروژه‌های احیای محیط‌زیست سرمایه‌گذاری کرده و PFAS را از محصولات خود حذف کرده است.

*کارخانه دنیم در بنگلادش: با گزارش مصرف آب، سیستم تصفیه صفر مایع (ZLD) راه‌اندازی کرد و از این طریق برتری رقابتی کسب نمود.

*برندهای لوکس: داده‌های گزارش شیمیایی، خروج VOC و PFAS را تسریع کرده و محصولات ایمن‌تری عرضه کردند.

این نمونه‌ها نشان می‌دهند که وقتی گزارش‌دهی به اهداف، سرمایه‌گذاری و اقدام پیوند بخورد، می‌تواند محرک تحول صنعتی شود.

سیاست‌ها و بازارهای محرک

*CSR: اتحادیه اروپا: الزام به گزارش‌گیری همراه با استراتژی کاهش اثرات.

*افشای اقلیمی SEC: فشار برای تأیید داده‌های انتشار در برندهای فهرست‌شده در آمریکا.

*NGOها و ناظران مصرف‌کننده: افزایش ریسک‌های شهرتی در صورت سبزنمایی.

*پیمان‌نامه صنعتی برای اقدام اقلیمی: ائتلاف‌های صنعتی در تلاش هستند تا اقدامات مشترک و استانداردسازی‌ها را پیش ببرند.

این عوامل نشان می‌دهند عصر گزارش‌دهی اختیاری و روایت‌محور پایان یافته و افشای اجباری و مرتبط با اقدام آغاز شده است.

*چشم‌انداز: طراحی سیستم‌های گزارش‌دهی برای اثر واقعی از گزارش‌های سالانه به داشبوردهای لحظه‌ای: شفافیت و امکان مداخله سریع افزایش می‌یابد.

*از شاخص‌های ایستا به تحلیل پیش‌بینی‌کننده: هوش مصنوعی می‌تواند ریسک‌ها را پیش‌بینی و راهکارهای پیشگیرانه ارائه دهد.

*از چارچوب‌های پراکنده به هماهنگی صنعت: همسویی میان پروتکل‌ها و استانداردها ضروری است.

دلیل ردپای کربنی بلکه به خاطر مصرف آب، مواد شیمیایی سمی و مدل‌های تولید پرهزینه. پیامدهای عدم اقدام روزبه‌روز افزایش می‌یابد:

*فشار محیط‌زیستی: مد مسئول ۸ تا ۴ درصد انتشار جهانی کربن است و یکی از آلاینده‌های اصلی منابع آب شیرین و میکروپلاستیک‌هاست.

*ریسک تجاری: برندهایی که اقدامات قابل اندازه‌گیری نشان ندهند، ممکن است دسترسی به بازارهای کلیدی (مثلاً قوانین دقت لازم اتحادیه اروپا) و سرمایه‌گذاری مرتبط با شاخص‌های ESG را از دست بدهند.

*اعتماد مصرف‌کننده: نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد مصرف‌کنندگان جوان شفافیت در عمل را طلب می‌کنند. اگر گزارش‌ها منجر به تغییر نشوند، اعتبار برند کاهش می‌یابد.

*فرصت‌های مالی: داده‌های تأییدشده می‌تواند دسترسی به وام‌های سبز و اوراق ESG را فراهم کنند

پیوند گزارش‌دهی با اقدام، هم یک ضرورت محیط‌زیستی و هم یک استراتژی تجاری است. استراتژی‌های پر کردن فاصله میان شاخص و اقدام چگونه برندها و کارخانه‌های مد می‌توانند فراتر از شاخص‌ها عمل کنند؟

چند راهکار کلیدی عبارتند از:

*تعیین اهداف مبتنی بر علم (SBTs): به جای اهداف کلی یا نسبی، شرکت‌ها باید اهداف مشخص و زمان‌بندی‌شده مطابق علم اتخاذ کنند.

*سرمایه‌گذاری در ابزارهای دیجیتال نظارت: استفاده از IoT و داشبوردهای هوش مصنوعی برای پایش لحظه‌ای مصرف آب، انرژی و مواد شیمیایی.

*ادغام گزارش‌دهی در قراردادهای تأمین‌کننده: الزام تأمین‌کنندگان به اجرای برنامه‌های اصلاحی همراه با ارائه داده‌ها.

*پیوند گزارش‌دهی با مشوق‌ها: اعطای شرایط پرداخت بهتر، پشتیبانی مالی یا قراردادهای بلندمدت به تأمین‌کنندگانی که بهبودهای قابل اندازه‌گیری نشان دهند.

*تأیید شخص ثالث: بازرسی مستقل داده‌های محیط‌زیستی برای افزایش اعتبار و کاهش ریسک سبزنمایی.

تهیه و تنظیم: شبنم سادات امامی‌رئوف