

Špela Kumer, Gregor Radonjič

Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Katedra za tehnologijo in podjetniško varstvo okolja,
Razlagova 14, 2000 Maribor, Slovenija

Analiza okoljskih kriterijev v poročilih o trajnostnem razvoju podjetij v tekstilnem in oblačilnem sektorju

Analysis of Environmental Criteria in Sustainability Reports of Companies in the Textile and Apparel Sector

Izvirni znanstveni članek/Original Scientific Article

Prispelo/Received 08-2020 • Sprejeto/Accepted 02-2021

Korespondenčni avtor/Corresponding author:

Prof. dr. Gregor Radonjič

E-pošta: gregor.radonjic@um.si

ORCID: 0000-0003-2621-5045

Izvleček

Tekstilna panoga je pogosto deležna kritik, ker zelo negativno vpliva na okolje in ker so delovne razmere v njej v državah v razvoju zelo nehumane. Eden od ciljev odgovornega in trajnostnega ravnanja je tudi transparentnost pri poročanju o vplivih podjetja na okolje in izvajanju ukrepov okoljske politike, pri čemer imajo pomembno vlogo poročila o trajnostnem razvoju. V ta namen smo z analizo vsebine proučili poročila o trajnostnem razvoju izbranih podjetij tekstilne in oblačilne panoge s poudarkom na okoljskih kriterijih. Raziskali smo, o katerih okoljskih kriterijih in ukrepih poročajo izbrana podjetja in ali se je zavedanje o okoljskih problemih in o številu ukrepov, ki jih proučevana podjetja povzročajo s svojo dejavnostjo, v opazovanem časovnem obdobju poglobilo. Rezultati so potrdili, da ogljični in vodni odtis v zadnjih letih močno pridobivata na pomenu. V okviru življenjskega cikla oblačil v proučevanih podjetjih najpogosteje namenjajo največjo pozornost ukrepom v fazi proizvodnje in pridobivanja surovin, najmanj pa v fazi uporabe. Vsa so v svojih poročilih navajala zgolj pozitivne informacije, le v majhni meri so bili navedeni tudi neuspehi pri doseganju določenih ciljev trajnostnega razvoja.

Ključne besede: tekstilna panoga, oblačilna industrija, poročila o trajnostnem razvoju, okoljski kriteriji, ogljični odtis

Abstract

The textile industry is often criticized for its enormous negative impact on the environment and non-human working conditions, especially in third-world countries. One of the goals of sustainability measures is the transparency of communications regarding environmental impacts and the policy measures of companies. So-called sustainability reports have become one of the most popular ways to communicate with stakeholders regarding the sustainability efforts of companies. In this paper, we analysed the content of the sustainability reports of textile industry and apparel companies with an emphasis on environmental criteria. We focused on the number of environmental criteria and analysed the measures taken in a given period. The results revealed that, in all cases, more detailed information regarding the carbon and water footprint were reported every year. In general, companies reported the most about measures taken in the production and raw material extraction phases, and the least about the consumption stage. However, mostly positive information about environmental aspects were included in the analysed sustainability reports. Failures regarding sustainable development programmes were rarely mentioned.

Keywords: textile sector, apparel industry, sustainability reports, environmental criteria, carbon footprint

1 Uvod

Trajnostni vidiki so se prebili med pomembnejše vidike v tekstilni industriji [1–4]. Zahteve po zmanjševanju negativnih vplivov na okolje in človeku primernih delovnih razmerah prihajajo od kupcev, konkurence, neprofitnih organizacij in iz državnih ustanov [2, 5]. Kupci v zadnjih letih skupaj z mediji, nevladnimi organizacijami in lokalnimi skupnostmi pritiskajo na podjetja tekstilne in oblačilne industrije, da začnejo delovati v smeri trajnostnega razvoja [6–8]. Samo oblačilna industrija naj bi bila odgovorna za 2–10 odstotkov vseh vplivov na okolje v okoljskih življenjskih ciklih izdelkov v EU [9].

Proizvodnja tekstilnega izdelka zajema veliko proizvodnih faz, ki se pogosto izvajajo v različnih delih sveta. Posledično imajo tekstilna podjetja zapletene globalne dobavne verige [10–11], ki vključujejo veliko različnih faz in udeležencev [12–13]. Še posebno resna so opozorila v povezavi s proizvodnjo oblačil, kjer je za vsako fazo življenjskega cikla mogoče najti skrb zbujajoče podatke bodisi o onesnaževanju glede velike porabe vode, škodljivih kemikalij, fosilnih goriv in nastajanja različnih vrst odpadkov [7, 12, 14–15] bodisi o delovnih razmerah v t. i. državah tretjega sveta [5, 16–17]. Zaradi globalnih in kompleksnih dobavnih verig oblačila prepotujejo velike razdalje od začetka svojega življenjskega cikla do končnih uporabnikov, kar znatno povečuje njihov ogljični odtis [10]. K resnim okoljskim vplivom pripomore tudi prodobivanje bombaža. Po nekaterih podatkih bombaž zaseda 2,4 odstotka celotne obdelovalne površine na svetu, povečanje števila nasadov pa zmanjšuje biotsko raznovrstnost narave [18–19]. Za pridelovanje bombaža se porabi kar šest odstotkov vseh pesticidov in 16 odstotkov vseh insekticidov na svetu [20]. Tekstilna industrija je tudi sicer velik porabnik kemikalij, kar je tudi eden osrednjih virov onesnaženja vode v tekstilni proizvodnji, ki je posebej evidenten v državah z nizkimi okoljevarstvenimi standardi in zakonodajo [21–22].

Ob tem je oblačilna industrija pod velikimi pritiski tudi zato, ker povzroča velikanske količine trdnih odpadkov, ko se oblačila zavržejo [23]. To je posledica poslovnega modela, ki temelji na pretiranem potrošništvu oziroma na t. i. trendu hitre mode, kar pomeni, da oblačila čim hitreje pridejo iz proizvodnje na trg, in to po čim nižji ceni, ob nenehnem spodbujanju novih nakupov. V ta namen se proizvodnja preseli v države z nižjimi stroški dela. Tako so oblačila cenejša

in jih odjemalci lahko kupijo v večjih količinah [24]. Vendar velika količina kupljenih oblačil slabše kakovosti posledično povzroči, da jih uporabniki hitreje zavržejo [14]. Kot navaja Draper s soavtorji [10], so prav razpršene in nepregledne dobavne verige ter hitra moda glavni problemi te panoge. Zaradi neodvisnih raziskav in raznih škandalov, v katere so bila vpletena velika podjetja oblačilne industrije, se zaupanje javnosti v ta podjetja zmanjšuje, kar zmanjšuje ugled celotne panoge [4]. Ne glede na kompleksnost problema tudi v tej panogi že obstajajo premiki glede implementacije trajnostnih vidikov [25] in rast proaktivnih praks [26].

Zato je postala eden od ciljev trajnostnega razvoja tudi transparentnost pri poročanju o vplivih podjetja na okolje in izvajanju ukrepov okoljske politike [4, 6, 8, 11], kar vključuje tudi pripravo in objavljanje poročil o trajnostnem razvoju. Le-ta postajajo v številnih panogah čedalje pomembnejša za komuniciranje z javnostjo o aktivnostih podjetja, ki pripomorejo k trajnostnemu razvoju [27–31]. Poročila o trajnostnem razvoju omogočajo podjetjem, da predstavijo svoje aktivnosti na področju okolja in družbe, hkrati pa javnosti omogočajo vpogled v poslovanje podjetja in način prispevanja k trajnostnemu razvoju. Poročanje o trajnostnem razvoju je v zadnjem desetletju v izrazitem porastu v različnih panogah [27, 32]. To lahko pripišemo tudi povečani uporabi smernic poročanja Global Reporting Initiative (GRI), ki so priporočila za poročanje o ekonomskih, socialnih in okoljskih vidikih poslovanja podjetja. Upoštevanje smernic poročanja GRI poveča primerljivost, kakovost in pomenotnost informacij podjetij o njihovih (pozitivnih in negativnih) prispevkih k trajnostnemu razvoju [29, 33]. Čeprav število podjetij s področja tekstilne panoge v svetu, ki se odločajo, da bodo delila trajnostne podatke z javnostjo, raste, pa je delež tovrstnih podjetij v določenih državah še vedno razmeroma majhen [34].

Pregled spletnih bibliografskih baz je pokazal, da je število raziskav, v katerih je bilo sistematično proučeno, kateri trajnostni indikatorji so najpogostejše predstavljeni na področju tekstilne panoge (in na kakšen način), še vedno zelo omejeno tudi v mednarodnem merilu, na kar opozarjajo avtorji sami [26, 35]. Čeprav so dosedanje objave zagotovo pripomogle k boljši preglednosti in razumevanju trendov ter pristopov podjetij v tekstilni panogi glede trajnostnega poročanja, pa je še vedno na voljo premalo podatkov za razumevanje celovite slike v kompleksnih dobavnih verigah te panoge in potrošniških navadah. Na

splošno je takšno poročanje ponavadi kombinacija kvantitativnih in kvalitativnih kazalnikov, bodisi na spletnih straneh [35] bodisi v okviru trajnostnih poročil [11, 36], med katerimi prevladujejo okoljski vidiki in opisi delovnih razmer [26]. Več avtorjev poroča, da se trajnostni indikatorji najpogosteje nanašajo na ukrepe v dobavnih verigah, manj pa na poročanje o poslovnih inovacijah in spreminjanju potrošniških navad [11, 37]. Ob tem obstajajo še številna odprta vprašanja glede standardizacije, verifikacije in verodostojnosti trajnostnih poročil ter s tem njihove medsebojne primerljivosti, kar sicer ni značilno le za tekstilno oz. oblačilno panogo [38]. To potrjujejo izsledki študij, o katerih poročajo Kozłowski in soavtorji [37] ter Garcia-Torres in soavtorji [39], ki nakazujejo na vrzeli v konsistentnosti in verodostojnosti pri trajnostnem poročanju podjetij tekstilne panoge v svetu.

Zaradi omenjenih razlogov postajajo analize objavljenih okoljskih in trajnostnih poročil v zadnjih letih pomembno področje raziskav trendov trajnostnega razvoja [30, 36, 40–42]. Z njimi želimo pridobiti informacije o strukturi poročil, načinih komuniciranja, izbranih trajnostnih kriterijih, razvojnih dosežkih in razlikah med panogami. Spoznanja iz raziskav o trajnostnem poročanju so pomembna tudi z vidika objektivnosti poročanja v prihodnje, saj so objavljeni podatki žal velikokrat zavajajoči in nepopolni [43, 44].

Namen raziskave je opraviti primerjalno analizo poročil o trajnostnem razvoju izbranih podjetij tekstilne panoge in ugotoviti, o katerih okoljevarstvenih kriterijih in izvedenih okoljskih ukrepih proučevana podjetja poročajo. Ob tem želimo raziskati, ali se trajnostno poročanje in s tem zavedanje podjetij tekstilne panoge o okoljskih problemih, ki jih povzročajo s svojo dejavnostjo, povečuje ali ne. S tem želimo prispevati k spoznavanju dinamike trajnostnega poročanja v določenih časovnih obdobjih, kjer so podatki še zelo pomanjkljivi.

Znanstvenih prispevkov, ki bi v slovenski prostor prinašali spoznanja o pomenu, značilnostih in pomanjkljivostih trajnostnega poročanja, za podjetja ni veliko. Rezultati raziskave so namenjeni podjetjem slovenske tekstilne panoge, a tudi drugih panog slovenskega gospodarstva v zvezi s trajnostnim poročanjem. Disipacija tovrstnih informacij in spoznanj je pomembna in nujna za implementacijo objektivnega trajnostnega poročanja tako v slovenski industrijski kot tudi trgovinski dejavnosti. Razumevanje problema vplivov na okolje, ki jih povzročajo (velika)

podjetja, in razumevanje pravilnega informiranja in poročanja o tem je pomembno tudi za vzpostavitev trajnostnih politik malih in srednje velikih podjetij (ki so pogosto dobavitelji velikim podjetjem), saj jim velika podjetja postavljajo določene zahteve, ki jih morajo izpolniti. Brez tega razumevanja bodo tudi mala in srednje velika podjetja v vseh gospodarskih panogah, vključno s tekstilno, v prihodnosti zagotovo manj konkurenčna.

2 Metodologija raziskave

2.1 Opis vzorca raziskave

Kriterij za izbor podjetij za raziskavo je bilo javno dostopno poročilo o trajnostnem razvoju (angl. *Sustainability report*), objavljeno na spletni strani podjetja. V raziskavo smo vključili trajnostna poročila naslednjih podjetij: Adidas Group, C&A, Gap Inc., H&M in Nike Inc. V poročilih teh podjetij so informacije za celotno tekstilno panogo, od pridobivanja tekstilnih surovin do plemenitenja tekstilij. Podatki se nanašajo na dobaviteljska podjetja, ki jih uvrščamo v ožji pomen tekstilne panoge, saj se ukvarjajo s proizvodnjo tekstilnih materialov kot končnih tekstilnih izdelkov. Zavedamo se, da gre za specifičen vzorec podjetij tako glede izdelkov, ki jih ponujajo na trgu (oblačila, obutev), kot glede na poslovne modele in korporacijsko organiziranost. Uporabili smo tiste informacije iz poročil, ki se nanašajo na oblačilne izdelke, ki jih sicer vsa ta podjetja ponujajo na trgu. Dejstvo pa je, da imajo tekstilni izdelki v obliki oblačil za izbrana podjetja pomemben tržni delež in da so podjetja vpeti v vse faze dobavne verige, vključno s tekstilno proizvodnjo (tekstilnih materialov in ploskovnih tekstilnih izdelkov), na katero močno vplivajo ter o zbranih okoljskih podatkih svojih dobaviteljev iz tekstilne panoge tudi poročajo. Njihova trajnostna poročila so informacijska baza, v kateri so na enem mestu zbrani podatki o njihovih dobaviteljih v celotni tekstilni verigi, vključno s pridobivanjem oz. proizvodnjo tekstilnih materialov, prej, ploskovnih tekstilnih izdelkov s plemenitenjem in konfekcioniranjem.

Izbor podjetij dodatno utemeljujemo z naslednjim:

- (1) Velika podjetja imajo na splošno lažje dostopna in obsežnejša poročila o trajnostnem razvoju kot mala in srednje velika.
- (2) Imajo veliko tržno moč in s tem veliko družbeno odgovornost. Velika globalna podjetja (lastniki mod-

nih znamk) imajo največji vpliv na to, kakšne izdelke bodo izdelovali in pod kakšnimi pogoji.

(3) So pod večjim pritiskom javnosti.

(4) Močno vplivajo na spremembe v dobavnih verigah zaradi zahtev, ki jih lahko postavljajo dobaviteljem. So tista, ki pogosto sprožijo trajnostne spremembe in v to prisilijo tudi mala in srednje velika podjetja, ki so njihovi dobavitelji ali odjemalci.

(5) Trendom, ki so trenutno prepoznani za velika podjetja, se pozneje marsikdaj pridružijo tudi mala in srednje velika podjetja. Trajnostne zahteve, ki se tako prenašajo z večjih na manjša podjetja, so gibalno sprememb v smeri trajnostnega razvoja v panogi.

(6) Razpolagajo z več kadrovskimi, raziskovalnimi in finančnimi potenciali, ki jih lahko vložijo v ekoinovacije.

2.2 Analiza poročil in uporabljene metode

Raziskava temelji na kvalitativni analizi poročil, ki so izrecno ocenjena kot trajnostna (angl. sustainability report). V ta namen smo marca leta 2019 pregledali spletne strani izbranih podjetij. Za proučevanje napredka pri trajnostnem poročanju smo se omejili na poročila, izdana v zadnjih treh do petih letih za vsako izbrano podjetje. Za vsako od izbranih podjetij smo pregledali tri najnovejša dostopna poročila o trajnostnem razvoju, pri čemer so določena poročila izdana za eno leto, nekatera pa za dve leti skupaj (Preglednica 1).

Pri trajnostnih kriterijih (okoljski, socialni, ekonomski) se v raziskavi omejujemo na okoljske kriterije: izvor surovin tekstilnih materialov, uporaba kemikalij, raba energije, vodni odtis, ogljični odtis in trdni odpadki. Kot navaja več avtorjev, prav ti vidiki pomenijo področja, ki največ prispevajo k okoljskim obremenitvam v celotnem življenjskem ciklu tekstilnih izdelkov [14, 19, 21]. Kot posebej pomembne za tek-

stilno industrijo jih omenjajo tudi poročila Evropske unije in nevladne organizacije [1–2, 14].

Za proučevanje poročil o trajnostnem razvoju izbranih podjetij smo uporabili metodologijo, ki je znana kot 'analiza vsebine' (angl. Content analysis), katere metodološki raziskovalni standard je delo avtorja Klause Krippendorfa [60] in je pogosto uporabljena za raziskave trajnostnih poročil tekstilnih oziroma oblačilnih podjetij [26, 37, 39]. Krippendorf opredeljuje analizo vsebine kot raziskovalno metodo za pridobitev ponovljivih in verodostojnih tekstovnih informacij glede na kontekst njihove uporabe, in sicer za določanje podobnosti in razlik med proučevanimi tekstovnimi podatki, pa tudi za iskanje povezav med njimi. Metodologija analize vsebine pomaga zmanjšati količino zbranih podatkov in jih razvrstiti v določene skupine. Analiza vsebine poteka tako, da najprej zberemo relevantne podatke, jih sistematično pregledamo z uporabo izbranih kriterijev ter določimo podobnosti in razlike med proučevanimi podatki, pa tudi povezave med njimi [61]. Analizo vsebine smo uporabili, ker je široko uporabljan metodološki okvir pri raziskovanju trajnostnih in sorodnih poročil [62–65].

Pri analizi besedil smo bili pozorni na to, da izbrani kriteriji niso bili zgolj omenjeni v besedilu, ampak da so bili zanje podani dejanski opisni in številske podatki. Za vsak okoljski kriterij smo preverili in analizirali kvalitativne in kvantitativne podatke. Pristop, ki smo ga uporabili, ne razvršča pojmov glede na njihovo relativno pomembnost, temveč glede na njihovo pogostnost. Ob tem smo dodatno proučili, kako izbrana podjetja v svojih poročilih poročajo o ukrepih v različnih fazah okoljskega življenjskega cikla. Prav tako smo proučili, kako podjetja v svojih poročilih poročajo o ukrepih za zmanjševanje vplivov na okolje.

Preglednica 1: Seznam upoštevanih poročil o trajnostnem razvoju tekstilnih podjetij

Table 1: List of considered sustainability reports of selected companies

Podjetje/ Company	Leto izdaje prvega pregledanega poročila/ Year of publication of first examined report	Leto izdaje drugega pregledanega poročila/ Year of publication of second examined report	Leto izdaje tretjega pregledanega poročila/ Year of publication of third examined report	Viri/ References
Adidas Group	2014	2015	2016	45–47
C&A	2014	2015	2017	48–50
Gap Inc.	2013–2014	2015–2016	2017	51–53
H&M	2015	2016	2017	54–56
Nike Inc.	2012–2013	2014–2015	2016–2017	57–59

3 Rezultati in razprava

V preglednicah 2 in 3 so prikazani rezultati analize vsebine poročil o trajnostnem razvoju za izbrana podjetja (preglednica 1). Treba je poudariti, da v okviru uporabljene metodologije v preglednicah 2 in 3 navedene ukrepe podjetij predstavljamo v enaki terminološki obliki, kot so zapisani v poročilih, se pravi z dejanskimi izrazi, kot so jih navajala podjetja. Posledično to pomeni, da se v poročilih lahko pojavljajo drugačni oz. sorodni termini za iste ukrepe. V tabeli 2 so navedeni ukrepi za vsak proučevani okoljski kriterij posebej in kvantitativne vrednosti zmanjševanja vplivov na okolje. Velikosti zmanjšanja vplivov se razlikujejo glede na posamezni okoljski vpliv oziroma glede na fazo okoljskega življenjskega cikla izdelkov. Opazne razlike so tudi med posameznimi podjetji. Videti je, da podjetja o nekaterih ukrepih pogosteje poročajo. Na primer, vsa proučevana podjetja poročajo o zmanjševanju porabe vode v proizvodnji. Prav tako skoraj vsa poročajo o ukrepih za zmanjševanje izpustov toplogrednih plinov (kar je povezano z ogličnim odtisom). V vseh pregledanih poročilih je bilo opaziti velik poudarek na izboru surovin, vendar nikjer nismo zasledili konkretnih podatkov o ravnanju z vodo in uporabi kemikalij pri pridelavi bombaža, kar je do določene mere skladno s spoznanji nekaterih drugih avtorjev [26]. Vsa izbrana podjetja poročajo o rabi vode v proizvodnih procesih dobaviteljev, ne poročajo pa o ravnanju z odpadno vodo. Prav tako vsa podjetja omenjajo, da iz proizvodnih procesov izločajo zdravju nevarne kemikalije, nismo pa zasledili podatkov o ravnanju z uporabljenimi kemikalijami, ki se marsikdaj izpuščajo v bližnje reke, na kar opozarjajo nevladne organizacije [3]. Tudi Kozłowski in soavtorji [37] poročajo, da se okoljski kazalniki v trajnostnih poročilih tekstilnih podjetij sicer nanašajo na vse faze življenjskega cikla, vendar so ukrepi neenakomerno porazdeljeni po posameznih fazah. S primerjavo teh spoznanj z našimi se zdi, da dajejo podjetja v tem trenutku večji poudarek tistim ukrepom, ki so povezani z največkrat jim očitanimi vplivi na okolje v širši javnosti in v medijih. Za dejansko primerljivost podatkov glede zmanjševanja vplivov na okolje in s tem primerljivostjo med podjetji samimi bi bile potrebne enotne in jasne mednarodno standardizirane zahteve glede trajnostnega poročanja. Ob tem želimo poudariti, da v skladu z namenom in cilji raziskave proučujemo, kaj in kako podjetja poročajo, ne pa tudi, s čim in na kakšen način te ukrepe dosegajo (npr. s katerimi procesnimi, izdelčnimi ali organizacijskimi inovacijami).

Dinamika zmanjševanja vplivov izbranih podjetij na okolje je dodatno prikazana v tabeli 3, v kateri so navedeni ukrepi za vsako posamezno fazo okoljskega življenjskega cikla posebej, in sicer za primer tistih podjetij, ki so v svojih poročilih dejansko prikazala napredek z navajanjem konkretnih številskih podatkov in niso določenega kriterija le tekstovno omenjala. Prikazana je razlika med prvim in zadnjim proučevanim letom poročanja, vendar le za tista podjetja, ki so navajala konkretne številske podatke (torej niso določenega pojma oziroma okoljskega ukrepa samo omenjala v besedilu). Videti je, da se največ ukrepov nanaša na fazo proizvodnje in na fazo pridobivanja surovin. Bistveno manj pogosto podjetja poročajo o ukrepih glede faze uporabe, ravnanja s tekstilnimi odpadki po uporabi in o transportu, čeprav so ti trije prav tako pomembni.

Faza uporabe se nanaša na vzdrževanje tekstilnih izdelkov (pranje, sušenje in likanje). Večkrat se je potrdilo, da je ta faza življenjskega cikla lahko celo med okoljsko najbolj obremenjujočimi [66]. Res je, da je v tem primeru vpliv na okolje (raba energije, vode in detergentov) v največji meri odvisen od potrošnikov in aparatov, ki jih uporabljajo [1], vendar bi jih izdelovalci lahko pogosteje opozarjali, saj imajo za to na voljo različne možnosti (spletne strani, družbena omrežja, etikete). Potrošniki imajo izjemno pomembno vlogo pri spremembah v smeri trajnostnega razvoja, saj s svojo izbiro o nakupu oblačil in pritiski na velika podjetja tekstilne industrije silijo le-ta v bolj odgovorne odločitve. Le Gap Inc. in H&M sta poudarila, da kupce izobražujejo o načinu pranja in sušenja oblačil, da bi čim bolj zmanjšali vpliv na okolje v omenjeni fazi.

V poročilih je tudi relativno malo podatkov o fazi ravnanja s tekstilnimi odpadki, kar lahko pripišemo dejstvu, da so metode recikliranja oblačil še vedno v fazi razvoja. Vsa izbrana podjetja so poročala o tem, da so (vsaj za določen čas) že organizirala programe zbiranja rabljenih oblačil v trgovinah, le dve od izbranih podjetij, H&M in C&A, pa sta navedli, da sodelujeta s podjetjem I:CO, ki se ukvarja s sortiranjem zbranih oblačil in njihovo ponovno uporabo ali recikliranjem [67]. Najpomembnejša intervencija za izboljšanje položaja tekstilne industrije bi zagotovo bila zmanjšana poraba oblačil oziroma izdelovanje kakovostnih oblačil z dolgo življenjsko dobo ob hkratnem upoštevanju okoljskih in socialnih problemov [68], kar pa bi resno poseglo v poslovni model hitre mode. Vprašanje je, ali si izbrana podjetja želijo posegati vanj, čeprav je prav hitra moda danes eden

Preglednica 2: Poročanje o okoljskih kriterijih in ukrepih v trajnostnih poročilih
Table 2: Reporting on environmental criteria and measures in sustainability reports

<i>Okoljski vplivi/ Environmental impacts</i>	<i>Ukrepi proučevanih podjetij, za katere so v poročilih na voljo konkretni številski podatki/ Measures taken, reported by quantitative data</i>	<i>Število podjetij, ki so poročala/ Number of reporting companies</i>	<i>Napredek v obravnavanem obdobju/ Improvements achieved in examined period of time</i>
<i>Izvor tekstilnih materialov/Source of textile materials</i>	<i>Uporaba trajnostno pridobljenega bombaža/ Use of sustainable cotton</i>	5	Od 2014. do 2016. povečanje za 38 % [45-47]./ <i>From 2014 to 2016, increase by 38% [45-47]</i>
			Leta 2017 10-krat več trajnostnega bombaža kot leto prej [52-53]./ <i>In 2017, 10 times more sustainable cotton than the year before [52-53]</i>
			Leta 2015 40 %, leta 2017 67 % [48-50]./ <i>In 2015, 40%; in 2017, 67% [48-50]</i>
			Leta 2015 34 %, leta 2017 59 % [54-56]./ <i>In 2015, 34%; in 2017, 59% [54-56]</i>
			Leta 2015 24,1 %, leta 2017 54,1% [58-59]./ <i>In 2015 24.1%; in 2017, 54.1% [58-59]</i>
	<i>Uporaba recikliranega poliestra/ Use of recycled polyester</i>	2	Leta 2017 1,7 % (v prejšnjih poročilih ne omenjajo številskih podatkov) [53]./ <i>In 2017, 1.7% (they do not mention numerical data in previous reports) [53]</i>
			Leta 2015 uporabili 31.220 t, leta 2017 33.265 t [58-59]./ <i>In 2015, 31,220 t were used; in 2017, 33,265 t [58-59]</i>
			Leta 2015 20 %, leta 2017 35 % [54-56]./ <i>In 2015, 20%; in 2017, 35% [54-56]</i>
			Leta 2015 19 %, leta 2017 29,6 % [58-59]./ <i>In 2015 19%; in 2017, 29.6% [58-59]</i>
			Leta 2014 90 % oblačil, 2016 96 % [45-47]./ <i>In 2014, 90% of clothing, in 2016, 96% [45-47]</i>
<i>Uporaba kemikalij/Use of chemicals</i>	<i>Oblčila brez perfluoriranih spojin/Perfluorocarbon-free finished products</i>	1	Leta 2015 78 %, v letu 2017 96 % [54-56]./ <i>In 2015, 78%; in 2017, 96% [54-56]</i>
<i>Raba energije/ Energy consumption</i>	<i>Raba energije iz obnovljivih virov v lastnih procesih/Consumption of renewable and sustainable energy in own processes</i>	2	Leta 2015 14 %, leta 2017 22 % [57-59]./ <i>In 2015, 14%; in 2017, 22% [57-59]</i>

Okoljski vplivi/ Environmental impacts	Ukrepi proučevanih podjetij, za katere so v poročilih na voljo konkretni številske podatki/ Measures taken, reported by quantitative data	Število podjetij, ki so poročala/ Number of reporting companies	Napredek v obravnavnem obdobju/ Improvements achieved in examined period of time
	Zmanjšanje rabe energije v lastnih procesih/Energy consumption reduction in own processes	1	Od leta 2007 do 2017. zmanjšanje za 9 % [54-56]./ 9% reduction from 2007 to 2017 [54-56]
	Zmanjšanje rabe energije v proizvodnji pri dobaviteljih/ Energy consumption reduction in own processes	2	Od leta 2015 do 2017. zmanjšali porabo za pribl. 1 kW za kg oblačil v fazi barvanja in konfekcioniranja [58-59]./From 2015 to 2017, energy consumption reduction by approx. 1 kW per kg of clothing in the dyeing and finishing processes [58-59] Leta 2015 zmanjšali porabo za 30 milijonov kWh, leta 2017 za 98 milijonov kWh [54-56]./In 2015, they reduced consumption by 30 million kWh, in 2017 by 98 million kWh [54-56]
			Poraba 121 l/kg oblačil leta 2014 in 95 l/kg oblačil leta 2016 [45-47]./ Consumption of 121 l/kg of clothing in 2014 and 95 l/kg of clothing in 2016 [45-47]
			Od leta 2016 do 2017. zmanjšanje za 14 % [50]./ From 2016 to 2017, a decrease of 14% [50]
	Zmanjšanje porabe vode/Water consumption reduction	5	Od leta 2014 do 2016. prihranili 3,3 mrd l; leta 2017 prihranili 2,4 mrd l [51-53]./ From 2014 to 2016, they saved 3.3 billion l; in 2017, they saved 2.4 billion l [51-53] V letu 2016 prihranili 2,3 milijona m ³ , v letu 2017 pa 7,82 milijona m ³ [55-56]. Leta 2017 za 55 % kavbojk med proizvodnjo ni bilo porabljenega več kot 35 l vode na kos, leta 2015 takšnih 50 % kavbojk [54-56]./ Saved 2.3 million m ³ in 2016 and 7.82 million m ³ in 2017 [55-56]. In 2017, 55% of jeans did not consume more than 35 l of water per piece during production, in 2015 50% of such jeans [54-56] Od leta 2015 do 2017. zmanjšali porabo za skoraj 10 l na kg oblačil v fazi barvanja in konfekcioniranja [58-59]./ From 2015 to 2017, reduction of nearly 10 l per kg of clothing in the dyeing and finishing processes [58-59]

Okoljski vplivi/ <i>Environmental impacts</i>	Ukrepi proučevanih podjetij, za katere so v poročilih na voljo konkretni številske podatki/ <i>Measures taken, reported by quantitative data</i>	Število podjetij, ki so poročala/ <i>Number of reporting companies</i>	Napredek v obravnavanem obdobju/ <i>Improvements achieved in examined period of time</i>
Ogljikni odtis/ <i>Carbon footprint</i>	Zmanjšanje izpustov toplogrednih plinov v lastnih procesih/ <i>Greenhouse gases emissions reduction in own processes</i>	3	Od 2015. do 2016. zmanjšanje za 11 % [46-47]./ <i>From 2015 to 2016, a decrease of 11% [46-47]</i>
			Od 2008. do 2014. zmanjšanje za 33 % [51]./ <i>From 2008 to 2014, a decrease of 33% [51]</i>
			Od leta 2016 do 2017. zmanjšanje za 21 % [55-56]./ <i>From 2016 to 2017, a decrease of 21% [55-56]</i>
			Od leta 2016 do 2017. zmanjšanje za 16 % [50]./ <i>From 2016 to 2017, a decrease of 16% [50]</i>
Trdni odpadki/ <i>Solid wastes</i>		3	Od leta 2015 do 2016. zmanjšanje za 47 % [54-55]./ <i>From 2015 to 2016, a decrease of 47% [54-55]</i>
			Od 2015 do 2017. zmanjšanje s 4,78 na 4,55 kg CO _{2e} /kg oblačil pri barvanju in konfekcioniranju [58-59]./ <i>From 2015 to 2017, reduction from 4.78 to 4.55 kg CO_{2e}/kg of clothing in dyeing and finishing processes [58-59]</i>
	Zmanjšanje količine odpadkov v lastnih procesih/ <i>Waste reduction in own operations</i>		Od 2015. do 2016. zmanjšanje za 28 % [46-47]./ <i>From 2015 to 2016, a decrease of 28% [46-47]</i>
	Možnost vračanja rabljenih oblačil/ <i>Garment collecting initiative for reuse and recycling</i>		Od 2013. do 2017. so zbrali 57.000 t oblačil [54-56]./ <i>From 2013 to 2017, 57,000 tons of clothing were collected [54-56]</i>

Preglednica 3: Poročanje o okoljskih kriterijih in ukrepih za posamezno fazo življenjskega cikla izdelka v trajnostnih poročilih

Table 3: Reporting on environmental criteria and measures in sustainability reports for different life cycle phases

<i>Faza življenjskega cikla/ Life cycle phase</i>	<i>Ukrepi podjetij/ Measures taken by companies</i>	<i>Število podjetij, ki so poročala v prvem proučevanem poročilu/ Number of companies that reported in the first examined report</i>	<i>Število podjetij, ki so poročala v zadnjem proučevanem poročilu/ Number of companies that reported in the last examined report</i>
Pridobivanje surovin/ <i>Raw materials extraction</i>	Uporaba trajnostno pridobljenega bombaža/ <i>Use of sustainable cotton</i>	3	5
	Uporaba recikliranega poliestra/ <i>Use of recycled polyester</i>	1	2
	Uporaba trajnostno pridobljenih materialov/ <i>Use of sustainable-sourced materials</i>	1	2
Proizvodnja/ <i>Production</i>	Olačila brez perfluoriranih spojin/ <i>Perfluorocarbon-free finished products</i>	1	1
	Zmanjšanje porabe energije v proizvodnji/ <i>Energy consumption reduction in suppliers' manufacturing processes</i>	0	2
	Zmanjšanje porabe vode v proizvodnji/ <i>Water consumption reduction in suppliers' manufacturing processes</i>	4	5
	Zmanjšanje izpustov toplogrednih plinov v proizvodnji/ <i>Greenhouse gases emissions reduction within the supply chain</i>	0	3
Transport/ <i>Transport</i>	Vsi prevozniki, s katerimi sodelujejo, so vpisani v bazo Clean Shipping Index, s čimer pripomorejo k zmanjšanju izpustov/ <i>Transport service providers must follow the Clean Shipping Project requirements for emissions reduction</i>	1	1
Uporaba/ <i>Use</i>	Ozaveščanje kupcev o načinu pranja in sušenja oblačil z namenom prihraniti vodo v fazi uporabe/ <i>Actions that encourage conscious garment care by customers</i>	0	1
Ravnanje z odpadki/ <i>Solid wastes treatment</i>	Možnost vračanja rabljenih oblačil/ <i>Garment collecting initiative for reuse and recycling</i>	1	1

glavnih vzrokov obremenjevanja okolja v tekstilni panogi [14, 69].

Čeprav so vsa proučevana podjetja v poročanje zajela svojo dobavno verigo, pa so pri uvajanju izboljšav za rabo energije oz. poročanju o tem še vedno v veliki meri osredotočena na svoje lastne

poslovne procese, kamor štejemo prodajalne, distribucijske centre in upravo, čeprav le-ti po njihovih ocenah pomenijo v povprečju zgolj okrog deset odstotkov vseh vplivov podjetja na okolje. Prav vsa proučevana podjetja so zavezana k ciljem prenehanja izpuščanja zdravju nevarnih kemikalij v okolje

do leta 2020 (angl. Zero Discharge of Hazardous Chemicals), kar zahteva sistemske spremembe v celotni dobavni verigi podjetij [3]. To pomeni, da bi velika tekstilna podjetja morala prevzeti odgovornost in pritisniti na svoje dobavitelje, da izvedejo spremembe v smeri trajnostnega razvoja. Skrb zbujajoče je, da je hkrati s poročili o trajnostnem razvoju, ki smo jih proučevali, izšlo veliko poročil neodvisnih institucij, ki še vedno opozarjajo na številne nepravilnosti v povezavi s tekstilno panogo (glej na primer [21, 70–73]), v vsakem od tovrstnih poročil pa je omenjeno vsaj eno od podjetij, ki smo jih zajeli v vzorec raziskave.

O tovrstnih poročilih pa je nujno tudi kritično razmisliti. Vsa proučevana podjetja v svojih poročilih o trajnostnem razvoju sicer omenjajo najbolj pereče probleme tekstilne panoge in določene ukrepe, vendar redkeje poročajo o konkretnem napredku v določenem obdobju. Prav tako vsa proučevana podjetja v svojih poročilih v veliki meri navajajo zgolj pozitivne informacije. Četudi so bila trajnostna poročila v vseh primerih pripravljena na podlagi smernic, ki jih je razvila organizacija Global Reporting Initiative [29], še vedno nimamo mednarodnega standarda za trajnostno poročanje, zato se podatki in načini poročanja v poročilih precej razlikujejo, saj so odločitve prepuščene podjetjem. Roca in Searcy [62] sta na primeru 94 kanadskih podjetij iz različnih panog ugotovila, da le-ta v svojih poročilih uporabljajo kar 585 različnih okoljskih indikatorjev, kar zagotovo ne pripomore k transparentnosti poročanja. O širokem naboru uporabljenih okoljskih kazalnikov za primer trajnostnih poročil v tekstilni panogi poročajo tudi Kozłowski in soavtorji [37] ter Saygili in soavtorji [34]. Zaradi te težave so Garcia-Torres in soavtorji [39] predlagali lasten način vrednotenja okoljskih oz. trajnostnih kriterijev za podjetja, ki so povezana s problemom hitre mode.

Zavedamo se, da so poleg okoljskih vidikov trajnostnega razvoja izjemno pomembni tudi socialni, med katere uvrščamo pošteno plačilo, otroško delo, pravico do združevanja delavcev, izobraževanje zaposlenih, diskriminacijo žensk, diskriminacijo ras, prisilno delo in druge [16, 29, 74]. Čeprav smo v prispevku podrobneje osredotočeni na okoljske kriterije trajnostnega poročanja, smo v ločeni razširjeni študiji proučevali tudi socialne [74]. Ugotovili smo, da večina proučevanih podjetij v svojih poročilih o trajnostnem razvoju po obsegu vsaj polovico poročila namenja tudi socialnim vidikom, med katerimi izstopa vidik 'delovne razmere', ki ga proučevana

podjetja navajajo v okviru celotne dobavne verige, kar prav tako lahko pripišemo čedalje hujšemu pritisku javnosti [8, 72]. Podrobnejši pregled socialnih kriterijev v trajnostnih poročilih presega namen in cilje tega članka in je podrobneje proučen in opisan v [74].

Tovrstna poročila sicer kažejo, da se podjetja ukvarja s trajnostnim razvojem, vendar pa je tovrstne informacije treba sprejemati tudi z določeno mero pazljivosti, saj je poročanje o trajnostnem razvoju v glavnem usmerjeno k poudarjanju pozitivnih informacij in prikrivanju negativnih [29]. Tako so poročila o trajnostnem razvoju še vedno vse prepegosto namenjena zgolj dobri javni podobi [62, 64, 75–76]. Tudi raziskava Flash Eurobarometer [77] je pokazala, da večina prebivalcev Evropske unije ne zaupa povsem poročilom podjetij, v katerih le-ta objavljajo svoje dejavnosti na področju varovanja okolja. Za pripravo trajnostnih poročil so namreč potrebni verodostojni podatki, pri čemer so za tekstilno panogo (sploh za segment oblačil in hitre mode) dodaten problem dobavne verige in potrošniške navade oziroma razvade. Panoga je razdrobljena na več različnih maloprodajnih segmentov (športna oblačila, luksuzna oblačila, hitra moda ipd.), zato je tudi pojem 'trajnosti' v tej panogi težko enoznačno opredeliti. Tako je implementacija pojma 'trajnosti' še vedno predmet razprav, saj obstajajo specifične zahteve med posameznimi segmenti.

S poročili o trajnostnem razvoju velika podjetja vplivajo na razvoj celotne panoge. Razumevanje celovitih vplivov tekstilne panoge na okolje, ki jih povzročajo velika podjetja na eni strani in razumevanje pravilnega informiranja oz. poročanja na drugi, je pomembno tudi za vzpostavitev trajnostnih politik malih in srednje velikih podjetij (ki so pogosto dobavitelji velikim podjetjem), saj jim velika podjetja postavljajo določene zahteve. Mala in srednje velika podjetja pa s tovrstnimi poročili pridobijo veliko koristnih informacij o trendih v tekstilni panogi, ki jim bodo morala slediti [14]. Tudi prodajalci tekstilnih izdelkov z njimi pridobijo informacije o oblačilih, ki jih prodajajo, kar jim omogoča lažjo komunikacijo z njihovimi kupci in možnost diverzifikacije izdelkov, dobijo pa lahko tudi nove ideje za promocijo. Zato so izsledki raziskave koristni tudi za slovenske modne oblikovalce. Kot navajajo avtorji poročila Fashion at the Cross Roads [68], manjša podjetja v zadnjem času marsikje že vodijo v pozitivnih spremembah tekstilne panoge v smeri trajnostnih zahtev.

4 Sklep

Ker postajajo izzivi trajnostnega razvoja izjemno pomembni za podjetja tekstilne panoge, je pomembno pridobiti čim več verodostojnih informacij za poročanje oz. komuniciranje z javnostjo in deležniki. To ni le značilnost tekstilne panoge, temveč tudi drugih, saj postaja poročanje o trajnostnem razvoju v gospodarstvu čedalje pomembnejše. Z raziskavo smo želeli ugotoviti, kako izbrana podjetja tekstilne industrije v svojih poročilih o trajnostnem razvoju poročajo o izbranih okoljskih kriterijih. Rezultati nakazujejo, da je v proučevanih primerih viden napredek v smeri upoštevanja okoljskih vidikov v obravnavanih obdobjih, saj v svoja poročila o trajnostnem razvoju vsako leto vključujejo več konkretnih podatkov. Ugotovili smo, da čedalje večji pomen pridobivata ogljični in vodni odtis. V okviru življenjskega cikla oblačil se v proučevanih podjetjih najpogosteje osredotočajo na ukrepe v fazi proizvodnje in pridobivanja surovin, najmanj pa v fazi uporabe. Vsa proučevana podjetja so v svojih poročilih navajala zgolj pozitivne informacije, le v majhni meri so bili izpostavljeni tudi neuspehi pri doseganju določenih ciljev trajnostnega razvoja. V pričujočem članku smo se omejili na okoljske vidike trajnostnega razvoja. Zavedamo se, da so poleg okoljskih vidikov trajnostnega razvoja izjemno pomembni tudi socialni, o katerih podjetja tudi poročajo. Obe skupini vidikov sta v marsičem povezani in medsebojno odvisni, verodostojno trajnostno poročanje pa mora seveda zajeti tako ene kot druge vidike. Eden glavnih izzivov v prihodnje bo zagotovo tudi, kako spremeniti potrošniško kulturo v tem tržnem segmentu.

Verjetno bi k večji dinamiki in intenziteti ukrepov trajnostnega razvoja pripomogle aktivnosti, povezane s pridobitvijo certifikatov ISO 14001 ali EMAS, ki od podjetij zahtevajo vzpostavitev aktivne okoljske politike. Razen podjetja Adidas namreč proučevana podjetja na dostopnih poročilih in na spletnih straneh ne poročajo, da so si katerega od omenjenih certifikatov pridobila.

Pričakujemo lahko, da se bodo raziskave o trajnostnem poročanju v prihodnje še okrepile. Naša raziskava je prispevek k boljšemu razumevanju teh sodobnih trendov. Rezultati prinašajo nova spoznanja in vpogled v strategije trajnostnega poročanja podjetij v tekstilni panogi s poudarkom na proizvodnji in prodaji oblačil. Dodatno prinašajo v slovenski prostor informacije za bolj jasno razumevanje pomembnih trendov v panogi.

Pričujoča raziskava ima tudi določene omejitve. Treba je poudariti, da je bil naš vzorec raziskovanja relativno majhen, zato rezultatov ne moremo posploševati na celotno tekstilno panogo. Prav tako smo se v raziskavi omejili zgolj na velika in tuja podjetja s specifičnim poslovnim modelom s poudarkom na oblačilnih izdelkih. Čeprav so v dobavnih verigah tovrstnih izdelkov zajete vse faze tekstilne panoge (vključno s proizvodnjo), pa ima oblačilni sektor svoje specifičnosti, zato rezultatov raziskave ni mogoče neposredno prenašati tudi na preostale sektorje tekstilne panoge.

Za celovitejšo sliko bi bilo treba proučiti tudi razvoj in implementacijo ekoinovacij v tekstilni panogi (produktnih, proizvodnih, organizacijskih) in poiskati korelacije s pristopi pri trajnostnem komuniciranju. Ker sta namen naše raziskave izključno pregled in analiza trajnostnih poročil, se z opisom, trendi in vrstami ekoinovacij v pričujočem prispevku ne ukvarjamo. Vsekakor pa iskanje korelacij med ekoinoviranjem in trajnostnim poročanjem prispeva dodatna pomembna spoznanja pri razumevanju odziva podjetij na zahteve trajnostnega razvoja. Zanimivo področje raziskav v tem kontekstu bi bilo tudi iskanje odgovorov, kako se na okoljsko problematiko odzivajo potrošniki, saj so eden ključnih elementov pri spreminjanju sedanjih tržnih praks.

Viri

1. Environmental improvement potential of textiles (IMPRO-textiles): scientific and policy reports [online]. European Commission [accessed 23.03.2019]. Available on World Wide Web: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC85895/impro%20textiles_final%20report%20edited_pubsy%20web.pdf>.
2. RESTA, Barbara, GAIARDELLI, Paolo, PINTO, Roberto, DOTTI, Stefano. Enhancing environmental management in the textile sector: an Organisational-Life Cycle Assessment approach. *Journal of Cleaner Production*, 2016, **135**, 620–632, doi: 10.1016/j.jclepro.2016.06.135.
3. Destination zero: seven years of detoxing the clothing industry [online]. Greenpeace [accessed 23.03.2019]. Available on World Wide Web: <https://storage.googleapis.com/planet4-international-stateless/2018/07/destination_zero_report_july_2018.pdf>.
4. The state of fashion 2019 [online]. McKinsey & Company [accessed 15.04.2019]. Available

- on World Wide Web: <<https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/The%20State%20of%20Fashion%202019%20A%20year%20of%20awakening/The-State-of-Fashion-2019-final.ashx>>.
5. GARDETTI, Miguel Angel, TORRES, Ana Laura. *Sustainability in fashion and textiles: values, design, production and consumption*. Greenleaf Publishing, 2013.
 6. ISAKSSON, Raine, STEIMLE, Ulrich. What does GRI-reporting tell us about corporate sustainability? *The TQM Journal*, 2009, **21**(2), 168–181, doi: 10.1108/17542730910938155.
 7. Toxic threads: the big fashion stitch-up [online]. Greenpeace [accessed 26.04.2019]. Available on World Wide Web: <<https://storage.googleapis.com/planet4-international-stateless/2012/11/317d2d47-toxicthreads01.pdf>>.
 8. Follow the thread [online]. Human Rights Watch [accessed 03.05.2019]. Available on World Wide Web: <<http://www.hrw.org/report/2017/04/20/follow-thread/need-supply-chain-transparency-garment-and-footwear-industry>>.
 9. TUKKER, Arnold, HUPPES, Gjalte, GUINÉE, Jeroen, HEIJUNGS, Reinout, DE KONING, Arjan, VAN OERS, Laurant, SUH, Sangwon, GEERKEN, Theo, VAN HOLDERBEKE, Mirja, JANSEN, Bart, NIELSEN, Per. *Environmental Impacts of Products (EIPRO): analysis of the life cycle environmental impacts related to the final consumption of the EU-25*. Seville: European Commission Joint Research Centre, 2006.
 10. DRAPER, Stephanie, MURRAY, Vicky, WEISSBROD, Ilka. *Fashioning sustainability: a review of sustainability impacts of the clothing industry*. London: Forum for the Future/Marks and Spencer, 2007.
 11. TURKER, Duygu, ALTUNTAS, Ceren. Sustainable supply chain management in the fast fashion industry: an analysis of corporate reports. *European Management Journal*, 2014, **32**(5), 837–849, doi: 10.1016/j.emj.2014.02.001.
 12. BOMGARDNER, Melody. Cleaning the clothing industry. *Chemical & Engineering News*, 2016, **94**(26), 30–32.
 13. ŽURGA, Zala, FORTE TAVČER, Petra. Zeleno potrošništvo in upoštevanje ekoloških oznak pri nakupu tekstilij. *Tekstilec*, 2013, **56**(2), 100–110.
 14. Timeout for fast fashion [online]. Greenpeace [accessed 04.03.2019]. Available on World Wide Web: <<https://storage.googleapis.com/planet4-international-stateless/2018/01/6c-356f9a-fact-sheet-timeout-for-fast-fashion.pdf>>.
 15. BOUCHER, Julien, FRIOT, Damien. Primary microplastics in the oceans: a global evaluation of sources [online]. International Union for Conservation of Nature [accessed 10.05.2019]. Available on World Wide Web: <<https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/2017-002-En.pdf>>.
 16. RAWORTH, Kate. *Trading away our rights*. Oxford: Oxfam Publishing, 2004.
 17. OVEREEM, Pauline, THEUWS, Martje. Flawed fabrics: the abuse of girls and women workers in the South Indian textile industry [online]. Centre for Research on Multinational Corporations (SOMO) [accessed 29.05.2019]. Available on World Wide Web: <<https://www.somo.nl/flawed-fabrics/>>.
 18. BAYDAR, Gülden, CILIZ, Nilgun, MAMMADOV, Aydin. Life cycle assessment of cotton textile products in Turkey. *Resources, Conservation and Recycling*, 2015, **104**, 213–223, doi: 10.1016/j.resconrec.2015.08.007.
 19. MORGAN, Andrew. *The true cost* [movie]. Untold Creative, 2015.
 20. Pesticide concerns in cotton [online]. Pesticide Action Network UK (PAN UK) [accessed 10.01.2019]. Available on World Wide Web: <<http://www.pan-uk.org/cotton/>>.
 21. Dirty laundry: unravelling the corporate connections to toxic water pollution in China [online]. Greenpeace [accessed 23.03.2019]. Available on World Wide Web: <<https://storage.googleapis.com/planet4-international-stateless/2011/07/3da806cc-dirty-laundry-report.pdf>>.
 22. LUONGO, Giovanna. *Chemicals in textiles: a potential source for human exposure and environmental pollution: doctoral thesis*. Stockholm: Stockholm University, 2015.
 23. ARSHAD, Khubaib, SKRIFVARS, Mikael, VIVOD, Vera, VOLMAJER VALH, Julija, VONČINA, Bojana. Biodegradation of natural textile materials in soil. *Tekstilec*, 2014, **57**(2), 118–132, doi: 10.14502/Tekstilec2014.57.118-132.
 24. PERIĆ, Nenad, MAMULA NIKOLIĆ, Tatjana, SLIJEPČEVIĆ, Milica. Clothes consumption in Republic of Serbia: customer behaviour overview. *Tekstilec*, 2019, **62**(2), 137–147, doi: 10.14502/Tekstilec2019.62.137-147.
 25. CANIATO, Federico, CARIDI, Maria, CRIPPA, Lucca, MORETTO, Antonella. Environmental

- sustainability in fashion supply chains: an explanatory case based research. *International Journal of Production Economics*, 2012, **135**(2), 659–670, doi: 10.1016/j.ijpe.2011.06.001.
26. FENG, Penglan, NGAI, Cindy Sing-bik. Doing more on corporate sustainability front: a longitudinal analysis of CSR reporting on global fashion companies. *Sustainability*, 2020, **12**(6), 1–18, doi: 10.3390/su12062477.
 27. HIGGINS, Colin, COFFEY, Brian. Improving how sustainability reports drive change: a critical discourse analysis. *Journal of Cleaner Production*, 2016, **136**, 18–29, doi: 10.1016/j.jclepro.2016.01.101.
 28. The road ahead: the KPMG survey of corporate responsibility reporting 2017 [online]. Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG) [accessed 02.06.2019]. Available on World Wide Web: <<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/10/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf>>.
 29. Information about Global Reporting Initiative [online]. Global Resource Institute [accessed 23.01.2019]. Available on World Wide Web: <<https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>>.
 30. GUZIANA, Bozena, DOBERS, Peter. How sustainability leaders communicate corporate activities of sustainable development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2013, **20**(4), 193–204, doi: 10.1002/csr.1292.
 31. SDG reporting challenge 2018: from promise to reality: does business really care about the SDGs? [online]. PricewaterhouseCoopers (PwC) [accessed 20.10.2019]. Available on World Wide Web: <<https://www.pwc.com/sdgreportingchallenge>>.
 32. HAHN, Rüdiger, KÜHNEN, Michael. Determinants of sustainability reporting: a review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production*, 2013, **59**, 5–21, doi: 10.1016/j.jclepro.2013.07.005.
 33. GALLEGO-ÁLVAREZ, Isabel, BELÉN LOZANO, Maria, RODRIGUEZ-ROSA, Miguel. An analysis of the environmental information in international companies according to the new GRI standards. *Journal of Cleaner Production*, 2018, **182**, 57–66, doi: 10.1016/j.jclepro.2018.01.240.
 34. SAYGILI, Ebru, SAYGILI, Arikan Tarik, GÖREN YARGI, Seher. An analysis of the sustainability disclosures of textile and apparel companies in Turkey. *Tekstil ve Konfeksiyon*, 2019, **29**(3), 189–196, doi: 10.32710/tekstilvekonfeksiyon.471049.
 35. DA GIAU, Alessandro, MACCHION, Laura, CANIATO, Federico, CARIDI, Maria, DANESE, Pamela, RINALDI, Rinaldo, VINELLI, Andrea. Sustainability practices and web-based communication analysis of the Italian fashion industry. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 2016, **20**(1), 72–88, doi: 10.1108/JFMM-07-2015-0061.
 36. BUBICZ, Marta Elisa, FERREIRA DIAS BARBOSA-PÓVOA, Ana Paula, CARVALHO, Ana. Social sustainability management in the apparel supply chains. *Journal of Cleaner Production*, 2021, **280**, 1–18, doi: 10.1016/j.jclepro.2020.124214.
 37. KOZŁOWSKI, Anika, SEARCY, Cory, BARDECKI, Michal. Corporate sustainability reporting in the apparel industry: an analysis of indicators disclosed. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 2015, **64**(3), 377–397, doi: 10.1108/IJPPM-10-2014-0152.
 38. DICKSON, Marsha A., LOCKER, Suzanne, ECKMAN, Molly. *Social responsibility in the global apparel industry*. New York: Fairchild Books, 2009.
 39. GARCIA-TORRES, Sofia, REY-GARCIA, Marta, ALBAREDA-VIVO, Laura. Effective disclosure in the fast-fashion industry: from sustainability reporting to action. *Sustainability*, 2017, **9**(12), 1–27, doi: 10.3390/su9122256.
 40. DIENES, Dominik, SASSEN, Remmer, FISCHER, Jasmin. What are the drivers of sustainability reporting? A systematic review. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 2016, **7**(2), 154–189, doi: 10.1108/SAMPJ-08-2014-0050.
 41. LOZANO, Rodrigo, NUMMERT, Benjamin, CEULEMANS, Kim. Elucidating the relationship between sustainability reporting and organisational change management for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 2016, **125**, 168–188, doi: 10.1016/j.jclepro.2016.03.021.
 42. VIEIRA, Antonio Pedro, RADONJIĆ, Gregor. Disclosure of eco-innovation activities in European large companies' sustainability reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2020, **27**(5), 2240–2253, doi: 10.1002/csr.1961.
 43. LYON, Thomas P., MAXWELL, John W. Greenwash: corporate environmental disclosure under threat of audit. *Journal of Economics and*

- Management Strategy*, 2011, **20**(1), 3–41, doi: 10.1111/j.1530-9134.2010.00282.x.
44. MION, Giorgio, LOZA ADAUI, Cristian R. Mandatory nonfinancial disclosure and its consequences on the sustainability reporting quality of Italian and German companies. *Sustainability*, 2019, **11**(17), 1–28, doi: 10.3390/su11174612.
 45. Make a difference: sustainability progress report 2014 [online]. Adidas Group [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <https://www.adidas-group.com/media/filer_public/e8/32/e832823b-8585-4e26-8990-07b80e-3ae71c/2014_sustainability_report_make_a_difference.pdf>.
 46. How we create responsibility: sustainability progress report 2015 [online]. Adidas Group [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <https://www.adidas-group.com/media/filer_public/9c/f3/9cf3db44-b703-4cd0-98c5-28413f272aac/2015_sustainability_progress_report.pdf>.
 47. Calling all creators: sustainability progress report 2016 [online]. Adidas Group [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <https://www.adidas-group.com/media/filer_public/08/7b/087bf055-d8d1-43e3-8adc-7672f2760d9b/2016_adidas_sustainability_progress_report.pdf>.
 48. Everyday, everywhere, everyone: corporate responsibility report 2014 [online]. C&A [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <https://www.c-and-a.com/de/de/corporate/fileadmin/user_upload/Assets/2_Sustainability/2.1.6/C_A_European_CR_Report_2014_web.pdf>.
 49. Global sustainability report 2015 [online]. C&A [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <<https://www.c-and-a.com/uk/en/corporate/company/news-room/media-center/corporate/detail/mc/global-sustainability-report-2015-english/>>.
 50. Global sustainability report 2017 [online]. C&A Sustainability [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <<http://sustainability.c-and-a.com/home/>>.
 51. Our futures are woven together: Gap Inc. global sustainability report 2013 – 2014 [online]. Gap Inc. [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <<https://www.gapinc sustainability.com/sites/default/files/Gap%20Inc.%202013%20-%2014%20Report.pdf>>.
 52. Global sustainability report 2015–2016 [online]. Gap Inc. [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <<https://www.gapinc sustainability.com/sites/default/files/Gap%20Inc.%2015%20-%2016%20Report.pdf>>.
 53. Global sustainability report 2017 [online]. Gap Inc. [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <<https://www.gapinc sustainability.com/sites/default/files/Gap%20Inc.%202017%20Report.pdf>>.
 54. Conscious actions sustainability report 2015 [online]. H&M [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <https://about.hm.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/masterlanguage/CSR/reports/2015%20Sustainability%20report/HM_SustainabilityReport_2015_final_FullReport.pdf>.
 55. The H&M Group sustainability report 2016 [online]. H&M [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <https://s3-us-west-2.amazonaws.com/ungc-production/attachments/cop_2017/375021/original/HM_group_SustainabilityReport_2016_FullReport_en.pdf?1491989012>.
 56. H&M Group sustainability report 2017 [online]. H&M [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <https://about.hm.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/masterlanguage/CSR/reports/2017%20Sustainability%20report/HM_group_SustainabilityReport_2017_FullReport.pdf>.
 57. Nike, Inc. FY12/13 sustainable business performance summary [online]. Nike Inc. [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <https://purpose-cms-production01.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2018/05/14214951/FY12-13_NIKE_Inc_CR_Report.pdf>.
 58. Sustainable innovation is a powerful engine for growth: FY14/15 sustainable business report [online]. Nike Inc. [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <https://purpose-cms-production01.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2018/05/14214951/NIKE_FY14-15_Sustainable_Business_Report.pdf>.
 59. Maximum performance minimum impact: FY16/17 sustainable business report [online]. Nike Inc. [accessed 26.05.2019]. Available on World Wide Web: <https://purpose-cms-production01.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2018/05/18175102/NIKE-FY1617-Sustainable-Business-Report_FINAL.pdf>.

60. KRIPPENDORF, Klaus. *Content analysis: an introduction to its methodology*. 2nd ed. Thousands Oaks : SAGE, 2004.
61. BENGTSSON, Mariette. How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open*, 2016, 2, 8–14, doi: 10.1016/j.npls.2016.01.001.
62. ROCA, Laurence Clément, SEARCY, Cory. An analysis of indicators disclosed in corporate sustainability reports. *Journal of Cleaner Production*, 2012, 20(1), 103–118, doi: 10.1016/j.jclepro.2011.08.002.
63. ASIF, M., SEARCY, C., DOS SANTOS, P., KENSAH, D. K. A review of Dutch corporate sustainable development reports. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2013, 20(6), 321–339, doi: 10.1002/csr.1284.
64. LANDRUM, Nancy E., OHSOWSKI, Brian. Identifying worldviews on corporate sustainability: content analysis of corporate sustainability reports. *Business Strategy and the Environment*, 2018, 27(1), 128–151, doi: 10.1002/bse.1989.
65. TORELLI, Riccardo, BALLUCHI, Federica, FURLOTTI, Katia. The materiality assessment and stakeholder engagement: a content analysis of sustainability reports. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2020, 27(2), 470–484, doi: 10.1002/csr.1813.
66. A product lifecycle approach to sustainability [online]. Levi Strauss & Co. [accessed 19.4.2019]. Available on World Wide Web: <<https://www.levistrauss.com/wp-content/uploads/2014/01/A-Product-Lifecycle-Approach-to-Sustainability.pdf>>.
67. Building textile circularity [online]. I:Collect (I:CO) [accessed 01.06.2019]. Available on World Wide Web: <<https://www.ico-spirit.com/en/company/>>.
68. Fashion at the cross roads: a review of initiatives to slow and close the loop in the fashion industry [online]. Greenpeace [accessed 02.06.2019]. Available on World Wide Web: <<https://storage.googleapis.com/planet4-international-stateless/2017/09/76e05528-fashion-at-the-crossroads.pdf>>.
69. BREWER, Mark K. Slow fashion in a fast fashion world: promoting sustainability and responsibility. *Laws*, 2019, 8(24), 1–9, doi: 10.3390/laws8040024.
70. Toxic threads: polluting paradise [online]. Greenpeace [accessed 02.06.2019]. Available on World Wide Web: <<https://storage.googleapis.com/planet4-international-stateless/2013/04/62ec9171-toxic-threads-04.pdf>>.
71. THEUWS, Martje, OVEREEM, Pauline. The Myanmar dilemma: can the garment industry deliver decent jobs for workers in Myanmar? [online]. Centre for Research on Multinational Corporations (SOMO) [accessed 02.06.2019]. Available on World Wide Web: <<https://www.somo.nl/the-myanmar-dilemma/>>.
72. THEUWS, Martje, SANDJOJO, Virginia, VOGT, Emma. Branded childhood: how garment brands contribute to low wages, long working hours, school dropout and child labour in Bangladesh [online]. Centre for Research on Multinational Corporations (SOMO) [accessed 26.06.2019]. Available on World Wide Web: <<https://www.somo.nl/wp-content/uploads/2017/01/Branded-childhood-web.pdf>>.
73. THEUWS, Martje, OVEREEM, Pauline. Quick scan of the linkages between the Ethiopian garment industry and the Dutch market [online]. Centre for Research on Multinational Corporations (SOMO) [accessed 05.11.2019]. Available on World Wide Web: <<https://www.somo.nl/quick-scan-of-the-linkages-between-the-ethiopian-garment-and-leather-industry-and-the-dutch-market/>>.
74. KUMER, Špela. *Primerjalna analiza poročil o trajnostnem razvoju za podjetja tekstilne industrije: magistrsko delo*. Maribor : Ekonomsko-poslovna fakulteta, 2019.
75. WILSON, Martha. A critical review of environmental sustainability reporting in the consumer goods industry: greenwashing or good business? *Journal of Management and Sustainability*, 2013, 3(4), 1–12, doi: 10.5539/jms.v3n4p1.
76. GARCIA-TOREA, Nicolas, FERNANDEZ-FEIJOO, Belen in DE LA CUESTA, Marta. CSR reporting communication: defective reporting models or misapplication? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2020, 27(2), 952–968, doi: 10.1002/csr.1858.
77. Attitudes of Europeans towards building the single market for green products: Flash Eurobarometer 367 [online]. European Commission [accessed 13.11.2019]. Available on World Wide Web: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_367_sum_en.pdf>.