

European Clothing Action Plan

Naar een circulaire benadering van
kleding en textiel



december 2019

OVER ECAP

Het European Clothing Action Plan, afgerond in december 2019, wil de kledingindustrie verduurzamen op het gebied van ontwerp, productie, consumptie, publiek inkopen, inzameling en recycling.



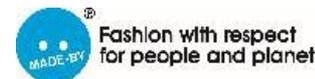
ECAP, mede gefinancierd door het EU LIFE-programma, is uitgevoerd door een internationaal team van specialisten. WRAP tekende voor het algehele projectmanagement, de evaluatie en de communicatie, en gaf leiding aan de consumentengedragssacties.

Rijkswaterstaat (RWS) had de leiding op het gebied van publiek inkopen, inzameling en *fibre-to-fibre* recycling. De London Waste and Recycling Board (LWARB) betrok jonge Londense consumenten bij het circulariteitsthema.

Het Danish Fashion Institute, dat in mei 2018 de Global Fashion Agenda werd, nam het voortouw bij de ontwikkeling van het Design for Longevity-platform.

MADE-BY tot slot gaf leiding aan de activiteiten op het gebied van grondstofstrategieën en productieprocessen (tot november 2018).

Het initiatief liep van september 2015 tot december 2019. Het is een van de eerste door het LIFE-programma gefinancierde projecten gericht op duurzaamheid van kleding en beïnvloeding van de hele supplychain.



DanishFashionInstitute

WRAP en de projectpartners zijn de volgende mensen en organisaties erkentelijk voor het recht om hun foto's en afbeeldingen te gebruiken in dit rapport: Shutterstock, Pixabay, i-Stock, Johanna Minnaard en LWARB. Op de afbeeldingen berust auteursrecht.

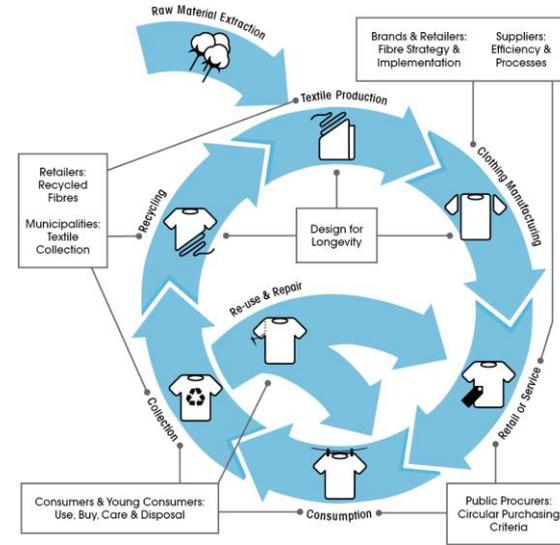
We hebben er alles aan gedaan om ervoor te zorgen dat dit rapport accuraat is. Niettemin kunnen WRAP en de ECAP-partners niet aansprakelijk worden gesteld voor verlies, schade, kosten en onkosten die ontstaan door of voortvloeien uit gebruik van dit rapport. Zie voor meer informatie de volledige algemene voorwaarden op onze website: <http://www.ecap.eu.com>

ONZE UITDAGING



De kledingindustrie veroorzaakt een enorme hoeveelheid afval, zowel binnen de supplychain als in de vorm van door consumenten afgedankte producten. De ecologische voetafdruk van kleding is dan ook extreem hoog. We staan voor de uitdaging om kleding op een andere manier te produceren, leveren, gebruiken en afvoeren. Daartoe is in het ECAP-project een kader ontwikkeld met acht actiegebieden:

1. **Ontwerpers en kopers ertoe overhalen om over te gaan op duurzamere ontwerppraktijken**
2. **Samenwerken met kledingfabrikanten om materiaalafval in productieprocessen te verminderen en te hergebruiken**
3. **Het bestaande grondstoffengebruik van merken en retailers meten en duurzame materiaalstrategieën ontwikkelen**
4. **Invloed uitoefenen op hoe Europese overheden meer circulaire werkkleding kunnen inkopen**
5. **Europese consumenten ertoe overhalen om hun kleding op duurzamere manieren aan te schaffen, te onderhouden en af te danken**
6. **Rechtstreeks in contact treden met 16- tot 24-jarige consumenten in Londen over hoe zij hun kleding aanschaffen en van de hand doen**
7. **Samenwerken met gemeentes in heel Europa om de inzameling van textiel te verbeteren**
8. **Samenwerken met merken en retailers om gerecyclede textielvezels in hun producten op te nemen**



De algemene doelstelling van ECAP was te komen tot een meer circulaire benadering van kleding en textiel in Europa. De specifieke doelen:

- Verkleinen van de voetafdruk van kleding op het gebied van CO₂, water en afval
- Ervoor zorgen dat minder afgedankt textiel in afvalverbrandingsovens en op stortplaatsen terecht komt
- Voorkomen van afval in de supplychain
- Innovatie stimuleren: efficiënter materiaalgebruik bij het ontwerp, bij recycling van textielvezels en nieuwe businessmodellen die passen bij een circulaire bedrijfsvoering
- Consumenten zodanig beïnvloeden dat zij zich duurzamer gaan gedragen

DESIGN FOR LONGEVITY

Ontwerpers en productontwikkelaars spelen een belangrijke rol in de modesector. Hun ontwerp bepaalt hoe kleding en textiel worden geproduceerd, hoelang artikelen kunnen worden gebruikt, en of ze al dan niet kunnen worden hergebruikt of gerecycled.



In samenwerking met ontwerpers en productontwikkelaars uit heel Europa is het platform Design for Longevity opgezet.

Het platform geeft tips, toont best practices en vergroot zo het bewustzijn bij ontwerpers. Dat biedt inspiratie voor innovatie. Het helpt ontwerpers en productontwikkelaars om het ontwerp van kleding en textiel te beïnvloeden en te veranderen. Lees [hier](#) meer.



Tot 80% van de impact die een product op het milieu heeft, volgt uit het ontwerp.¹

INVLOED UITOEFENEN OP PRODUCTIEPRAKTIJKEN

Fabrikanten die textiel en kleding produceren voor veel van 's werelds grootste modemerken en kledingretailers 'verspillen' gemiddeld 25% van de onbewerkte grondstoffen.² Onduidelijk is welk aandeel van die 25% zijn weg terugvindt naar de supplychain.

In samenwerking met merken, fabrikanten, stoffenleveranciers en recyclers hebben we nieuwe manieren bekeken om materiaalresten te gebruiken via herfabricage en recycling.

MADE-BY deed samen met partner Reverse Resources onderzoek naar verspilling/afval tijdens de productie.

Inzicht in mogelijkheden om de hoeveelheid materiaalafval in de supplychain te verminderen is van groot belang. Dit onderzoek is helaas voortijdig afgebroken, doordat MADE-BY opviel te bestaan.

Belangrijkste lessen

- **Betrokkenheid bij fabrikanten en kledingmerken is van essentieel belang, omdat de verspilling zowel in het ontwerpproces als productieproces zit**

- **Andere stakeholders die de stroom en de transparantie van materiaalresten kunnen verbeteren, zijn onder meer textielinzamelaars en -handelaren, vezelrecyclers, inkopers, spinnerijen en vezelfabrieken**
- **Elke supplychain heeft een maatwerkplan nodig voor de aanpak van productieafval**
- **Er zijn allerlei lopende initiatieven voor *end-of-life* afval, en sommige merken hebben beperkte capaciteit om tegelijkertijd fabricageafval aan te pakken**

Om oplossingen te vinden moet er aandacht worden geschonken aan materiaalcirculairiteit. Die circulariteit gaat niet alleen over postconsumentenafval maar over het hele systeem. Lees [hier](#) meer.

Noten

1. Mark Sharfman, *The Academy of Management Review* Vol. 20, No. 4 (Oct 1995)
2. [Reverse Resources White Paper](#)



SUSTAINABLE ACTION PLANS

Het is gelukt om een aantal in Europa gevestigde merken en retailers te helpen om duurzame materialen in te kopen. Daarnaast zijn we erin geslaagd om de algehele milieu-impact te verminderen van kleding die wordt geproduceerd voor en verkocht op de Europese markt.



s.Oliver
GROUP

PeakPerformance



Twaalf retailers en merken hebben aan dit programma deelgenomen, elk met hun eigen benaderingen en resultaten. Daardoor hebben zij hun impact op het milieu kunnen meten en maatregelen kunnen nemen om verbeterstrategieën te ontwikkelen. We hebben casestudy's samengesteld, opdat anderen van hun ervaringen kunnen leren. U kunt deze casestudy's op de [ECAP-website](#) bekijken.

BOBO CHOSÉS

PRIMARK*



OVS

DACMAR

zalando
(Formerly Z-labels)

Belangrijkste successen

- **Ontwikkeling van duurzame materiaalstrategieën, het stellen van targets en nieuwe kledingcollecties**
- **Meer inkoop van vezels met een geringere milieu-impact, zoals biologisch katoen en gerecycled polyester (met in één pilotproject in het eerste jaar al 70% duurzaam katoen)**
- **Gebruik van gerecyclede vezels en een pfc-vrije (perfluorcarbon) waterafstotende behandeling**
- **Minder waterverbruik en een kleinere CO₂-voetafdruk**
- **Onderzoek naar duurzamere afwerkingsprocessen**

Belangrijkste lessen

- **Inzicht in het grondstofgebruik is een waardevolle eerste stap**
- **Investeer in interne betrokkenheid en betrek het seniormanagementteam er van meet af aan bij, om bewustzijn en gedrag te helpen veranderen**
- **Communiceer je uitdagingen en resultaten aan leveranciers en collega's, zodat het een gezamenlijke reis wordt**
- **Maak gebruik van een onafhankelijke partij om je claims te verifiëren**
- **Leren door te doen is een essentieel onderdeel van de weg naar duurzame vezels**
- **Team-empowerment en de emotionele kanten van het maken van duurzamere keuzes moeten niet worden onderschat**

De [CottonUP Guide](#) ontrafelt de complexiteit van duurzame katoeninkoop, om bedrijven te ondersteunen met strategieën. MADE-BY heeft via ECAP geholpen bij het ontwikkelen van deze gids.



INVLOED UITOEFENEN OP PUBLIJK INKOPEN

Deze actie is ontwikkeld om overheidsinkopers te helpen om hun milieudoelen te bereiken. Overheidsinkopers kunnen hun inkoopkracht aanwenden voor het stimuleren van de ontwikkeling van circulariteit. Zij kunnen bovendien

in de praktijk als rolmodel fungeren voor andere inkopers. We hebben onderzoek gedaan naar drijfveren en belemmeringen voor het circulair inkopen van werkkleding in Europa bij afnemers en leveranciers, op tactisch en operationeel niveau en op het vlak van wetgeving. Dit leverde belangrijke inzichten op in hoe textielcirculariteit kan worden gestimuleerd.



Werkkledingrapporten

- European Textiles and Workwear Market Report
- Embedding Circular Procurement in Purchasing of Workwear Report



Circulaire-inkoopcriteria voor textiel

RWS heeft geholpen bij het ontwikkelen van circulaire-inkoopcriteria voor textiel.

Deze criteria zijn gedeeld met de Europese Commissie, opdat ze kunnen worden opgenomen in de Europese Green Public Procurement criteria.



Masterclasses voor inkoop

Er zijn inkoopmasterclasses georganiseerd in Amsterdam, Rotterdam, Londen en Malmö. Deze masterclasses helpen de in totaal 82 deelnemers om duurzamere keuzes te maken over werkkleding en over de aankoop, het gebruik en het afdanken ervan.

De masterclasses zijn ontwikkeld met kennis uit de rapporten over werkkleding, praktijkvoorbeelden en pilots, het inkoopproces en circulaire-inkoopcriteria. Klik [hier](#) voor een voorbeeld van de presentaties uit de masterclasses.



Aanbevelingen aan de adviesgroep van de Europese Commissie

Op basis van onze onderzoeksresultaten en de ervaringen van inkopers hebben we aan de Green Public Procurement Advisory Group van de Europese Commissie aanbevelingen gepresenteerd over inkoop van werkkleding.

De Europese Commissie neemt deze aanbevelingen mee bij een toekomstige herziening van de Green Public Procurement-criteria en bij het opstellen van een Europese circulaire textielstrategie.

GEDRAGSVERANDERING



ECAP heeft positieve invloed gehad op het kopen, onderhouden, repareren en weggooien van kleding. En daarmee: op het verlengen van de levensduur van kledingstukken en voorkomen dat kleding in verbrandingsovens of op stortplaatsen belandt. Via de campagne #LoveNotLandfill werden jonge consumenten in Londen bij het thema betrokken.

Samen met de EU Clothing Survey is in 2016 informatie verzameld over kledinggerelateerd consumentengedrag in Denemarken, Duitsland, Italië en Nederland. In het Verenigd Koninkrijk werd een kleinere maar soortgelijke enquête verricht.

In 2019 is een [follow-upenquête](#) uitgevoerd om vergelijking mogelijk te maken en om de effectiviteit van een consumentencampagne te kunnen meten. Enkele highlights:



Tweedehands aankopen – Het aantal aankopen steeg in vier landen, waaronder Denemarken (9-13%) en Duitsland (5-8%).



Goede doelen – In zowel Denemarken als Italië werden er meer artikelen naar liefdadigheidsinstellingen/kringloopwinkels gebracht.



Levensduur van kleding – In Duitsland nam de geschatte levensduur aanzienlijk toe: van 3,8 jaar in 2016 naar 4,4 jaar in 2019.



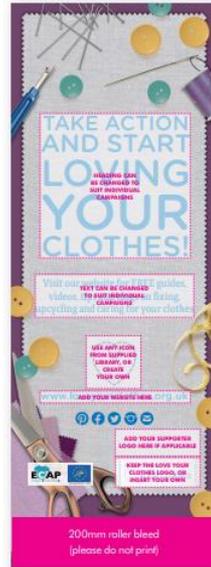
Wasgoed – In het Verenigd Koninkrijk gingen meer mensen op 30 graden wassen, in plaats van op 40 graden. In Italië gingen minder mensen op 60 graden wassen.

GEDRAGSVERANDERING

Gedragveranderingsmateriaal:

Er zijn vier pakketten voor consumentencampagnes gemaakt. Ze zijn gebaseerd op de materialen en communicatieboodschappen van WRAP's campagne Love Your Clothes, die succesvol was in het VK. De pakketten zijn aangepast voor en getest onder consumenten in Duitsland, Italië, Nederland en Denemarken.

Het gratis beschikbare pakket biedt betrokkenen begeleiding bij het opzetten van communicatiecampagnes. Het bevat casestudy's over campagnes en voorbeeldplannen, met onder andere templates voor sociale media en infographics, animaties, posters en flyers.



Gedragveranderingso interventies:

- Nederland: via Milieu Centraal is er webcontent voor consumenten ontwikkeld met hints en tips over kledingonderhoud en -reparatie
- Aldi heeft op zijn websites Love Your Clothes-materiaal gepubliceerd
- Bologna (Italië) en Wales (VK): er zijn regionale digitale communicatiecampagnes gevoerd om kledingdonaties te bevorderen, en er is een reclamefolder voor huishoudens getest





BETROKKENHEID VAN JONGE CONSUMENTEN BEVORDEREN

De uitdaging was hier de gooi-maar-weg-mentaliteit bij jongeren in Londen aan te pakken. In samenwerking met een modemerken ontwikkelden we een terugnameplan om kleding die jongeren anders zouden weggooien opnieuw op de markt te brengen.

Via de #LoveNotLandfill-campagne, opgezet door de London Waste and Recycling Board (LWARB), zijn Londense jongeren gestimuleerd om kleding niet meer weg te gooien en om meer tweede-hands kleding te kopen.

'Swap and style'-evenementen
De campagne is in 2018 gelanceerd met een 'swap and style'-evenement bij LM Barry textielrecyclers. Daar zijn influencers bewuster gemaakt van de omvang van het probleem. Tijdens de hele campagne werden er geregeld openbare kledingruil-evenementen georganiseerd.

Kledingbakken

Op sleutellocaties, bijvoorbeeld in winkelcentra en outlets, zijn kledingbakken geplaatst om jonge mensen aan te moedigen hun oude kleren te doneren. Vijf van deze kledingbakken zijn ontworpen door straatkunstenaar Bambi

Pop-upwinkels

Er zijn tijdelijke winkels ingericht om tweedehands kleding te verkopen, in een levendige, ruim opgezette en vriendelijke omgeving. De eerste tijdelijke #LoveNotLandfill-liefdadigheidswinkel was vier dagen open in november 2018. Daarbij werd samengewerkt met goede-doelenorganisaties, influencers en online verkopers van vintage kleding. De winkel trok 2.000 bezoekers en kreeg veel media-aandacht. De tweede winkel was in november 2019 open, trok twee keer zo veel bezoekers en draaide twee keer zo veel omzet als in 2018. Lees [hier](#) meer.

Schoolactiviteiten

#LoveNotLandfill heeft een serie schoolactiviteiten opgezet die zijn uitgevoerd als onderdeel van Personal, Social and Health Education-sessies (die op Britse scholen worden gegeven). Daarbij werd een kledingbank ingericht, een informatief praatje gehouden en een kledingruil georganiseerd.

Belangrijkste bevindingen, resultaten en effecten

- Het is cruciaal om langdurige partnerships op te bouwen met bijvoorbeeld textielrecyclers, influencers, liefdadigheidsinstellingen en activistische groepen voor duurzame mode
- De inzichten van een jeugdpanel waren van onschatbare waarde voor de campagne
- Lokale overheden moeten als een merk gaan handelen bij een gedragsveranderingscampagne
- Ga naar de plekken waar jonge mensen komen – in plaats van te verwachten dat ze naar jou komen - door via de mensen en platforms waar ze een band mee hebben een groep volgers op te bouwen
- Steek kledingbanken in een nieuw jasje, zodat ze opvallen
- Dit soort activiteiten (zoals kledingbanken opzetten in winkelcentra) kan een lange doorlooptijd hebben

Voor meer informatie, zie:

www.lovenotlandfill.org
www.instagram.com/lovenotlandfill
www.twitter.com/LoveNotLandfill

Noot 3: [EFA Textiles in Europe's circular economy](#)



Europeanen consumeren gemiddeld 26 kg textiel per persoon per jaar en gooien 11 kg textiel weg³

In november 2017 startte online merk ASOS samen met LWARB een project om vast te stellen in hoeverre circulaire businessmodellen in commercieel opzicht levensvatbaar zijn.

Daarbij is onderzoek gedaan naar prijspunten, back-endlogistiek en de interesse van klanten voor verschillende proposities voor doorverkoop van kleding.

Deze trial heeft niet geleid tot een businesspilot maar leverde wel belangrijke inzichten op. Die zijn samengevat in een witboek, uitgegeven door ASOS. U vindt het hier.



NAAR BETERE TEXTIELINZAMELING

In de meeste West-Europese landen wordt slechts 30 tot 50% van het afgedankte textiel van huishoudens ingezameld voor recycling. De rest belandt via het huishoudelijk afval op stortplaatsen of wordt verbrand. De materialen die zo verloren gaan, zouden prima kunnen worden gerecycled of worden hergebruikt op de markt voor tweedehands kleding.

1. Rapport

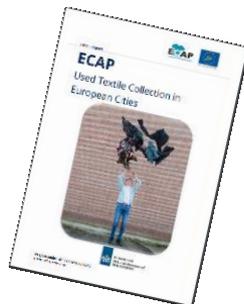
We hebben de praktijk in zes Europese steden onderzocht, om inzichten te vergaren die gemeentes kunnen inspireren om hun textielinzameling te verbeteren. In al deze steden hebben gemeentelijke instanties hun betrokkenheid direct of indirect verhoogd. Meer informatie is te vinden in het rapport [Textile Collection in European Cities](#).

2. Regionale bijeenkomsten

Er zijn regionale bijeenkomsten georganiseerd in Denemarken, Nederland, het Verenigd Koninkrijk, Italië, Noord-Macedonië, de Baltische landen en in het ACR+-netwerk. Het doel was mensen te inspireren via praktijkvoorbeelden en geleerde lessen, visies te delen, een agenda op te zetten en netwerken op te bouwen.

voor het Bureau of International Recycling (BIR), de Ellen McArthur Foundation, Extended Producer Responsibility Club (EPR) en International Solid Waste Association (ISWA). Bekijk hier een voorbeeldpresentatie.

Op grond van de gewijzigde Europese Afvalrichtlijn 2018 zijn lidstaten verplicht om afgedankt textiel uiterlijk in 2025 te scheiden.



3. Leidraad

In juli 2019 is een leidraad gepubliceerd die gemeentes helpt om een coördinerende rol te spelen bij de inzameling van textiel. U kunt deze leidraad met richtlijnen [hier downloaden](#).

4. Casestudy

Onder de vlag van ECAP heeft Leger des Heils ReShare een pilotproject uitgevoerd om meer textiel in te zamelen. Dat gebeurde door meer kledingbakken in Utrecht te plaatsen en de communicatie op de bakken aan te passen.

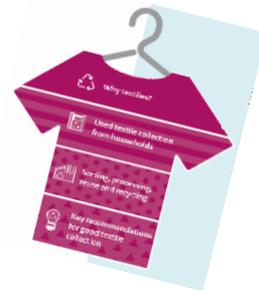


Belangrijkste bevindingen en resultaten:

- Stel meetbare targets in voor textielinzameling en zet systemen op voor de monitoring daarvan
- Wordt er weinig ingezameld, maak inzameling dan gemakkelijker door meer textielbakken te plaatsen of inzameling thuis of op de werkplek mogelijk te maken

- Breng in kaart wie de belangrijke spelers zijn en leer ze kennen voordat je begint: samenwerking kan de inzameling, verwerking en verkoop bevorderen
- Maak processen rondom de inzameling en verwerking van textiel transparanter en maak duidelijk hoe de opbrengst wordt besteed (bijvoorbeeld via een accreditatiesysteem als [Nordic Reuse and Recycling Commitment](#)).

[Lees hier meer over dit actiegebied.](#)



[Bekijk hier de leidraad voor meer geleerde lessen.](#)



GEBRUIK VAN GERECYCLEDE VEZELS

We hebben aangetoond dat gebruik van gerecyclede textielvezels in nieuw textiel mogelijk is. Er is mee geëxperimenteerd, en we hebben bekeken welke barrières moeten worden geslecht. Doel was het gebruik van nieuwe materialen bij de productie van kleding te reduceren, om water en energie te besparen. Ook gaat zo de hoeveelheid kleding die op stortplaatsen en in verbrandingsovens belandt omlaag.

Negen bedrijven (van modemerken tot werkkledingbedrijven) hebben een innovatief pilotproject uitgevoerd voor gebruik van gerecyclede vezels in nieuwe kleding en textiel (van kinderkleding tot hotellinnen).



Voor elk van deze pilotprojecten hebben we een casestudy gemaakt. U vindt ze [hier](#), op de website van ECAP.



Er is een [fibre-to-fibre tool](#) ontwikkeld die betrokkenen kan inspireren om te kiezen voor een circulaire benadering van textiel. De tool is gericht op professionals die in de textielindustrie werken, inclusief ontwerpers, modemerken, retailers, leveranciers van werkkleding en textielrecyclers. De tool plaatst de fibre-to-fibre ontwikkeling in de context van andere circulaire ontwikkelingen in de sector.

Geleerde lessen



Wegbereiders. Retailers en merken kunnen het voortouw nemen door fibre-to-fibre recycling tot hun standaardwerkwijze te maken en op nieuwe manieren te gaan werken. Ongeacht of de consument daar wel of niet om vraagt.



Het belang van ontwerp. Maak van meet af aan een verschil en ontwerp producten die lang meegaan en die kunnen worden gerecycled.



Nieuwe manieren van werken. In de circulaire economie draait alles om samenwerking, het delen van kennis en informatie. Je ziet dat niet alleen op technologisch gebied maar ook in de supplychain.



Samenwerking in de supplychain. Ken je leveranciers: het zijn partners en je hebt ze nodig voor hun expertise. Samenwerking met andere merken en retailers kan ook nuttig zijn bij het ontwikkelen van nieuwe businessmodellen.



Betrokkenheid van consumenten. Zorg ervoor dat consumenten duurzame keuzes kunnen maken. Als de vraag naar duurzame kleding toeneemt, zal dat een drijvende kracht zijn in de transitie naar circulariteit op het gebied van kleding en textiel.

De ervaring en kennis die we in de pilotprojecten hebben opgedaan, is vastgelegd in handige [factsheets](#). Bijvoorbeeld over hoe je interne en externe ondersteuning en samenwerking vindt, over hoe je de communicatie of logistiek organiseert en bijvoorbeeld het ontwerp en de kwaliteit van het kledingstuk benadert. We hopen dat dit bedrijven en merken inspireert om gebruik te maken van gerecyclede vezels.

PROJECTRESULTATEN

Bedrijven hebben de ecologische voetafdruk verkleind van de door hen verkochte kleding:

- via implementatie van duurzame materiaalstrategieën, de keuze voor andere materialen en aanpassing van de vezelsamenstelling
- via samenwerking (van werkkledingleveranciers, retailers en modemerken) met partijen in de textielproductieketen bij fibre-to-fibre-pilotprojecten, om de hoeveelheid gerecyclede vezels in hun kleding te vergroten

De hoeveelheid kleding die is ingezameld voor recycling en hergebruik is toegenomen, dankzij campagneactiviteiten en samenwerking tussen inzamelaars en gemeentes.

Totale besparingen bereikt door ECAP

CO ₂ -besparing (ton)	834.000
Waterbesparing (m ³)	50.100.000
Afval dat niet op stortplaats is beland (ton)	4.670

“We hadden een soortgelijk project willen uitvoeren, maar ik denk dat het heel lang had geduurd om het van de grond te krijgen. ECAP heeft praktische ondersteuning geboden en ook de theorie geleverd achter deze aanpak. Dat heeft ons geholpen om het management ervan te overtuigen dat we dit kunnen. Het leverde ons ook richtlijnen op voor waar we moesten beginnen, over hoe we het in de praktijk moesten doen. Verder denk ik dat we contact kunnen opnemen met andere ECAP-deelnemers. Zij lijken ervoor open te staan om inzichten te delen en om samen te werken, wat nodig is om een verandering als deze door te voeren.”
Kledingmerk in België

Ook nu het project is afgerond, blijft ECAP impact hebben. De duurzame vezelstrategieën van retailers en de consumentgerichte campagneactiviteiten lopen immers door. Zij leiden onverminderd tot besparingen op het gebied van CO₂, water en afval.



WATER

Het grootste deel van de ruim 50 miljoen m³ aan waterbesparing is gerealiseerd langs twee lijnen: implementatie van de actieplannen van merken en retailers voor duurzame katoenvezels, en de fibre-to-fibre pilotprojecten.



CO₂

Het grootste deel van de totale CO₂-besparing van meer dan 830.000 ton is gerealiseerd via lagere CO₂-emissies voor polyester, geregenereerde cellulose en nylon. Kleinere besparingen zijn gerealiseerd door gebruik van duurzame vezels en door aanpassingen in de samenstelling van vezels.



AFVAL

Er is een afvalreductie gerealiseerd van ruim 4500 ton textiel. Die besparing is vooral bereikt doordat retailers minder grondstoffen hebben gebruikt en doordat zij meer textiel hebben ingezameld dat kan worden aangewend voor recycling en hergebruik.

ECAP is er ook via consumentencampagnes in geslaagd om de inzamelpercentages te verhogen. Daardoor doen meer mensen op verantwoorde wijze afstand van textiel en komt er minder textiel op stortplaatsen of in verbrandingsovens terecht.



“... er is 845 ton gebruikte kleding ingezameld, 245 ton meer dan in het voorgaande jaar...”

La Fraternita-consumentencasestudy - Recooper

BELANGRIJKSTE EFFECTEN

9 pilotprojecten voor fibre-to-fibre recycling die andere bedrijven hebben geïnspireerd



1500 Gebruikers zijn geregistreerd op het Design for Longevity-ontwerpplatform

Creatie van waardepartnerships en samenwerking tussen landen

CO₂-besparing van meer dan 800.000 ton

Watersbesparing van meer dan 50 miljoen m³

Meer dan 4.600 ton afvalreductie of afval dat niet terecht is gekomen op stortplaatsen of in verbrandingsovens



Europese kledingmerken en retailers hebben actieplannen voor duurzame materialen ingevoerd

Een gereedschapskist vol met hulpmiddelen om te inspireren en informeren: rapporten, leidraden, case studies en lessen

Consumentencommunicatie in Denemarken, Duitsland, Italië, Nederland, Ierland en het Verenigd Koninkrijk



Blijvende impact van duurzame-materialenplannen, efficiënter gebruik van grondstoffen in supplychains, bewustere consumenten en ontwerpers, vooruitgang op het gebied van fibre-to-fibre recycling. Dit alles levert ook na beëindiging van ECAP blijvende besparingen op.



BELEID

De duurzaamheid van de kledingsector heeft de afgelopen jaren een steeds prominenter plek gekregen op de Europese politieke agenda. De nieuwe voorzitter van de Europese Commissie, Ursula von der Leyen, kondigde in haar agenda voor Europa aan dat de Commissie een nieuw actieplan voor de circulaire economie van textiel zal voorstellen.

Het ECAP-project is uiteraard niet de enige bron van deze toegenomen focus van beleidsmakers. Ons onderzoek en bewijsmateriaal hebben echter wel geholpen om de kwestie op de agenda te zetten, en hebben informatie opgeleverd voor Europees, nationaal en gemeentelijk beleid. In het ECAP-project zijn circulaire-inkoopcriteria voor textiel ontwikkeld die kunnen worden meegenomen in de herziening van de Green Public Procurement-criteria van de Commissie.

De recente herziening van de Europese Afvalrichtlijn, die voortvloeit uit het Circular Economy Package, verplicht de

lidstaten om textiel uiterlijk in 2025 gescheiden in te zamelen. Dit zou gemeentes en textielrecyclingbedrijven moeten stimuleren om te bekijken hoe ze de waarde van *end-of-life* textiel het best kunnen benutten. De handleiding van ECAP voor betere textielinzameling is hiervoor relevant. Vooral laagwaardig textiel wordt alleen gerecycled als dat in economisch opzicht levensvatbaar is.

De casestudy's van ECAP laten betrokkenen zien hoe zij het voor elkaar krijgen. Ze bieden beleidsmakers bovendien informatie over de randvoorwaarden voor succes.

Verschillende Europese lidstaten denken na over invoering van Uitgebreide Producentenverantwoordelijkheid of Extended Producer Responsibility (EPR) voor textiel. Invoering van EPR geeft merken een duidelijke prikkel om hun kleding zodanig te ontwerpen dat de milieu-impact in de hele levenscyclus afneemt, en om innovatieve oplossingen te ontwikkelen voor vezelrecycling. Het Design for Longevity-platform van ECAP en de fibre-to-fibre tool helpen daarbij. De conclusie van het ECAP-project is dat er oplossingen op Europees niveau moeten worden gevonden, om de sector te verzekeren van een levensvatbare businesscase voor het recyclen van textiel. Dit geldt des te meer als er door gescheiden inzameling en EPR meer textiel van lage kwaliteit wordt ingezameld, waarvoor momenteel geen levensvatbare markt bestaat.



*Noot 4: European Commission
Eurostat*

“Kleding is de op vijf na grootste uitgavenpost voor Europese huishoudens⁴, maar het milieu betaalt een nog veel hogere prijs. De kledingindustrie heeft een gigantische milieuoetadruk, helemaal vanaf het begin van zijn supplychain tot en met de end-of-life fase van kleding en textiel. Ook wij, als consumenten, dragen rechtstreeks bij aan de stress die onze planeet wordt opgelegd door hoe we ons kleden. ECAP's uitdaging was om de productie, de levering, het gebruik en het afdanken van onze kleding te verbeteren op manieren die door bedrijven en mensen zullen worden overgenomen.”

Peter Maddox, directeur WRAP



HOE VERDER?

Iedereen die betrokken is bij ECAP is trots op de meerwaarde van het project. Partners en adviseurs zullen op textiel-evenementen en bij toekomstige projecten blijven verwijzen naar de kennis en informatie die ECAP heeft opgeleverd. Naar verwachting zal het belang van ECAP ook in het politieke en sociale landschap steeds meer worden erkend.

“Het was heel veel werk, voor veel partners en in veel landen. Door ECAP hebben retailers de milieu-impact van de kleding die zij verkopen omlaag gebracht. Werkkledingleveranciers en modemerken werkten aan vernieuwende fibre-to-fibre pilots waarmee ze de hoeveelheid gerecyclede content in kleding en huishoudtextiel hebben vergroot. Ik ben heel trots op wat iedereen heeft bereikt en hoe deze resultaten helpen om mode ook in de toekomst te verduurzamen.”

Peter Maddox, directeur, WRAP

De kennis en resultaten die zijn opgedaan in de loop van de vier jaar die het project heeft geduurd, zijn vastgelegd in waardevolle resources. Denk daarbij aan interactieve begeleidingsdocumenten, casestudy's en actieplannen. Die blijven beschikbaar op de [website van ECAP](#). Ze kunnen worden gebruikt of als referentiemateriaal dienen, en worden opgenomen in innovatieve projecten die positieve verandering in de sector stimuleren.

Het digitale platform Design for Longevity en de #LoveNotLandfill-campagne blijven in de lucht. Het platform en de campagne worden ook verder ingezet om meer verandering in ontwerppraktijken en duurzaam consumentengedrag te bewerkstelligen.



Partnerships en samenwerkingen die binnen ECAP zijn gevormd bij pilotprojecten en op evenementen, hebben het potentieel om door te groeien en tot blijvende resultaten te leiden. Uit feedback komt naar voren dat veel deelnemende bedrijven die met ECAP duurzame of circulaire strategieën ontwikkelden die blijven implementeren en meer milieubesparingen zullen realiseren.

“ECAP is one of a few ground-breaking and innovative projects on textiles, clothing and the environment which have resulted in textiles being a priority sector for the European Commission and its next circular economy action plan.”

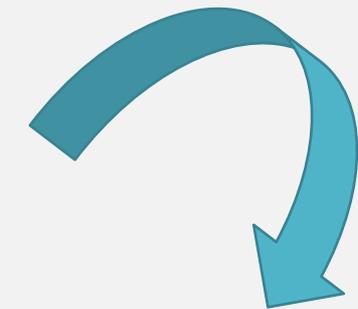
*Lars Fogh Mortensen,
Consumption, Products and
Plastics Expert, European
Environment Agency*

Een sterker bewustzijn van de milieueffecten van fast fashion en de rol die consumenten daarbij spelen, kan ertoe leiden dat meer mensen duurzamer handelen en minder onnadenkend kleding weggooien.

Gemeentes zijn zich ook al steeds meer bewust van de negatieve impact van textielafval, en van het feit dat zij actie moeten ondernemen om die te verminderen.

Het ECAP-project wilde op verschillende niveaus circulaire mode op gang brengen. Het fundament is nu gelegd om de ECAP-kennis en -ervaringen tot volle wasdom te laten komen.

CONTACT



Ga voor toegang tot de resources
waarnaar in dit rapport wordt
verwezen naar
www.ecap.eu.com/resources/



Meer weten over het ECAP-project of
nieuwe ontwikkelingen op dit gebied?
Kijk dan op www.ecap.eu.com of neem
contact op met ecap@WRAP.org.uk



www.wrap.org.uk



Rijkswaterstaat
Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat

www.afvalcirculair.nl



www.lwarb.gov.uk

DanishFashionInstitute

In mei 2018 veranderde het Danish
Fashion Institute zijn naam in Global
Fashion Agenda
www.globalfashionagenda.com