



Co-funded by  
the European Union



# W4TEX: STÄRKA KVINNORS REPRESENTATION PÅ LEDANDE POSITIONER INOM TEXTILINDUSTRIN

## FALLSTUDIER



civitta



Cámara  
Official National Chamber of Commerce  
in Belgium and Luxembourg

KAINOTOMIA



LOTTOZERO

# INNEHÅLL

**INTRODUKTION**

**BESKOW VON POST**

**CANUSSA**

**CHRISTIANA VARDAKOU**

**CLOSE THE LOOP**

**CLOTSY BRAND**

**COVER CLOTHING**

**DELEITE WEAR**

**DELL' ORCO & VILLANI**

**DESIGN FOR RESILIENCE**

**ETIKWAY**

**HEMPFUL**

**KOLDBATH**

**LEFKON**

**MYCA NOVA**

**REKOTEX**

**SELERA**

**SOFFA**

**ZEROLAB**

**4SUSTAINABILITY**



# INTRODUKTION

Textil- och klädindustrin står vid ett vägskäl och står inför den dubbla imperativet att bli mer hållbar samtidigt som man tar itu med långvariga ojämlikheter mellan könen inom ledarskap.

W4TEX-projektet (Stärka kvinnors representation på ledande positioner inom textilindustrin) skapades för att möta dessa utmaningar genom att stödja kvinnor i att få tillgång till chefspositioner inom textilsektorn. Genom utvecklingen av en särskild utbildning syftar W4TEX till att utrusta kvinnor med de ledarskapskompetenser, hållbarhetskunskaper och strategiska färdigheter som behövs för att navigera och forma branschens framtid.

Denna samling fallstudier har utvecklats inom ramen för W4TEX-projektet för att inspirera och stärka. Varje fall belyser ett kvinnolett företag som är verksamt inom textilsektorn i olika europeiska länder och visar hur dessa ledare implementerar hållbara metoder samtidigt som de driver innovation och ekonomisk framgång. Dessa berättelser erbjuder konkreta exempel på hur hållbarhet och jämställdhetsinkluderande ledarskap kan gå hand i hand och ger värdefulla insikter för nuvarande och framtida yrkesverksamma inom området.

Fallstudierna presenteras i alfabetisk ordning och erbjuder en mångsidig men sammanhängande bild av betydelsefulla initiativ över hela Europa. Oavsett om de fokuserar på cirkulära produktionsmetoder, etiska arbetsmetoder, lokala inköp eller ekologisk innovation, understryker dessa fallstudier kvinnliga ledares potential att omdefiniera textilindustrin på ett mer rättvist och miljömässigt ansvarsfullt sätt.

Tillsammans fungerar de inte bara som förebilder för bästa praxis utan också som inspirationskällor för kvinnor som strävar efter att ta på sig ledarroller och bidra meningsfullt till en mer hållbar textilframtid.



# Beskow von Post



## INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Inom en snar framtid kommer **bristen på jungfruliga material** som används för att tillverka textilprodukter att bli mer allmänt erkänd. I takt med att tillgängligheten minskar kommer kostnaden för **jungfruliga eller primära material kommer dessutom att öka**. Dessa faktorer, bland andra, kommer att påverka hur råvaror kommer att konsumeras, **både som individer och som textilföretag**.

Eftersom **80 % av en produkts miljöpåverkan** inom textilindustrin fastställs innan produkten når konsumenten, kan miljöpåverkan minskas avsevärt genom att **förlänga dess livslängd**. Denna fallstudien identifierar specifikt **cirkulära affärsmodeller** som ett viktigt krav för att minska framtida användning av primära resurser. De cirkulära modellerna kan dessutom bidra till att **bevara produktvärdet och förlänga produkternas livslängd**.

Detta fall belyser hur företaget **Beskow von Post** med sina två kvinnliga grundare fungerar som **vägledare och som en partner** inom textilsektorn för att stödja andra företag i deras satsning på mer **cirkulära affärsmodeller** (Beskow von Post u.å.).

## UTMANINGAR

**Nedgradering och förbränning** är den **dominerande metoden** för att hantera **uttjänta textilier** idag. **Mindre än 1 %** är den nuvarande andelen insamlade textilier **återvinns för att producera nya kläder** (Ellen MacArthur Foundation, 2017; Beskow von Post o.d.). **Utbildning är således avgörande för driva beteendeförändringar och skifta mot cirkulär ekonomi** (Europeiska miljöbyrån, 2021). För **cirkularitet** behövs en **systematisk förändring** inom branschen, vilket kräver **nya lösningar inriktade på att möjliggöra en mer effektiv resursanvändning** (IVL, sustainable clothing future 2023). Denna förändring kräver **identifiering av nya affärsmodellmöjligheter** gällande cirkularitet i allmänhet och **förlängning av livscykeln för textilprodukter i synnerhet**.



## LÖSNING

Lösningen på dessa utmaningar som **Beskow von Post** erbjuder är en **affärsmodell** som fokuserar både på **design och hållbarhet**, specifikt för att ge textilavfall nytt liv och skapa ett **längre produktvärde**; och därmed arbeta mot och möjliggöra en mer **cirkulär ekonomi**. Företagsidén är att **sluta kretsloppet** inom textilsektorn och **minska företagets miljöavtryck** genom **effektiv upcycling**. Dessutom erbjuder Beskow von Post en metod för att integrera hållbarhet och **öka det interna engagemanget** hos sina partners egna organisationer, vilket ytterligare kan **stärka deras varumärkesidentitet**. Beskow von Post erbjuder en lösning som möjliggör ett brett utbud av möjliga steg som företag kan välja mellan och arbeta med. Stegen är:

- **"Identifiera möjligheter"**, identifiera vilka resterande textilavfallsströmmar som har möjlighet att användas som en resurs;
- **"Bygga kompetenser"**, skapa delad grundläggande förståelse mellan ledning och anställda.
- **"Inventering och behovsbedömningar"**, inklusive utveckling av prototyper baserade på tillgängliga textilresurser;
- **"Socialt hållbar produktion"**, som tillhandahåller utveckling av återvunna produkter tillsammans med ett väglett ramverk som inkluderar produktionsledning, design och leverans;
- **"Bygg en profil"**, d.v.s. att använda sig av Beskow von Posts eget sortiment;
- **"Inspiration och/eller orientering"**, inspirerande föreläsning om cirkulär ekonomi och upcycling.

Lösningen möjliggör antingen att förlänga livslängden hos företagets **textilmaterial** för att **sluta kretsloppet**, eller att **erbjuda redan upcyclade produkter** som kan märkas med **partnerföretagets egen etikett** (Beskow von Post u.å.).



## RESULTAT

**Beskow von Posts fallstudie** belyser en affärsmodell som erbjuder en lösning för partnerföretag att **bygga upp eller utöka sina cirkulära insatser**. Partnerföretagen kommer att få tillgång till Beskow von Posts expertis och kommer därför att kunna **stärka sina cirkulära insatser** även om den **kunskap och de resurser som krävs för cirkularitet för närvarande inte är tillgängliga inom deras organisation**. Att vara en partner för cirkulära affärsmodeller ger textilföretag möjligheten att **sluta kretsloppet** samtidigt som de fortsätter sin kärnverksamhet. Modellen stöder ytterligare företagen att minska sin påverkan när det gäller **miljöavtryck**. Beskow von Post hjälper organisationer att förbättra sina hållbarhetsinsatser genom att säkerställa **samordning på olika nivåer i hela organisationen**. De **ökar också medvetenheten bland anställda** inom partnerorganisationer genom att **främja engagemang** och **stärka deras varumärkes sociala identitet**, vilket i sin tur kan stödja cirkulära insatser i större skala inom textilindustrin. Genom att **identifiera möjligheter att återanvända och återbruka** textilprodukter bidrar företaget till att **förlänga produkternas livslängd** och därmed till lägre miljöpåverkan. Dessa resultat uppnås genom att **utnyttja tillgänglig branschexpertis, vilket möjliggör samarbete med fokus på hållbar och cirkulär innovation**.



”NYA CIRKULÄRA MODELLER KRÄVS – REDAN NU – FÖR ATT UNDVIKA ANVÄNDNING AV PRIMÄRA RÅVAROR OCH FÖR ATT FÖRLÄNGA LIVSLÄNGDEN OCH/ELLER UTNYTTJA DET INNEBOENDE VÄRDET HOS EFTERTRAKTADE PRODUKTER” (BESKOW VON POST).



## SLUTSATS

**Affärsmodellen** som **Beskow von Post** presenterar illustrerar en möjlighet för företag att **"outsourca" sin cirkularitet** genom använda sig av specialiserade företag såsom Beskow von Post som en **samarbetspartner för hållbarhet och cirkularitet**. Genom den erbjudna lösningen får företag hjälp av en stödjande partner som kan erbjuda **vägledning** och förbättra deras arbete med att implementera **cirkulära lösningar** och utföra aktiviteter på ett mer cirkulärt sätt. Där företag kan ha brister i fråga om **erfarenhet och interna resurser** kan en sådan partner hjälpa till att **identifiera möjligheter, bygga kompetenser och samarbeta för att bygga en önskvärd och mer cirkulär företagsprofil**. Företag kommer ytterligare att få möjlighet att sluta cirkeln även om de för närvarande själva saknar förmågan. En sådan **affärsmodell**, som fungerar som en **samarbetspartner** för att stödja företag att röra sig i mer önskvärda hållbara riktningar, skulle också kunna **tillämpas i andra sammanhang** och för att hantera olika utmaningar, för att mer **effektivt använda tillgänglig kunskap** och utveckla mer expertis inom branschen. Detta fall kan fungera som en **inspiration för kvinnliga chefer** antingen att söka **samarbetspartners** för att förbättra sina insatser eller som en **inspiration för att identifiera nya innovativa hållbara eller cirkulära affärsmodeller**.





## REFERENSER

Beskow Von Post. (n.d.). Beskow Von Post. Hämtade, 5 Mars 2025 från <https://www.beskowvonpost.se/tjanster>

Dahlbom, M., Aguilar Johansson, I., & Billstein, T. (2023). Sustainable clothing futures - Mapping of textile actors in sorting and recycling of textiles in Europe. From IVL svenska miljöinstitutet: <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:ivl:diva-4152>

Ellen MacArthur Foundation. (2017). En ny textilekonomi: Omformning av modets framtid. Hämtad från Ellen MacArthur Foundation: <https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>

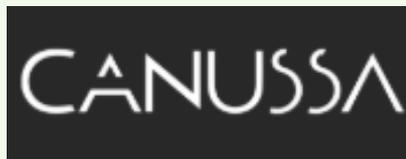
Europeiska miljöbyrå. (2021, 03 09). Textilier i Europas cirkulära ekonomi. Hämtad 11 mars 2025, från Europeiska miljöbyrå: <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy>



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

## Canussa



### INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Canussa grundades 2017 med målet att skapa funktionella och eleganta accessoarer med lägsta möjliga miljöpåverkan. Canussa är ett kvinnoledda företag. För dem handlar ekodesign inte bara om material, utan också om etisk produktion, avfallsminskning och design av hållbara och tidlösa accessoarer, med tillämpning av innovation och principer för cirkulär ekonomi. De tillverkar i hantverksverkstäder i Spanien, vilket säkerställer rättvisa arbetsförhållanden och stöder den lokala ekonomin.

### UTMANINGAR

Som modemärke är deras största utmaning att minska sitt koldioxidavtryck och erbjuda produkter ett andra liv genom att implementera cirkulära principer. I sitt laboratorium avser de att utveckla innovativa lösningar för att minska textilbruk samt att erbjuda lösningar till andra företag. I detta sammanhang är en av de största utmaningarna kostnaden för att återvärdeskapa materialet, vilket för närvarande är mycket dyrt. Kunder som är villiga att betala mer för en hållbar produkt tillhör fortfarande en nischmarknad.



### LÖSNING

Canussa har två huvudsakliga verksamhetsområden, modevarumärket och textillabbet. I labbet fokuserar Canussa på utveckling av slow fashion-lösningar och samarbetar med företag som är intresserade av detta ämne. De erbjuder även konsulttjänster, håller föredrag, samarbetar med handelskammaren och är en del av handelskammarens hållbarhetsportal, och samarbetar därmed med flera andra viktiga intressenter inom området. De arbetar också med innovativa teknologier. Små och medelstora företag måste överleva och har varken tid eller pengar att investera i hållbarhetsprojekt, vilket gör att en del av lösningen är att ge stöd till dessa företag. Canussa arbetar också med ett digitalt produktpassprojekt.

### RESULTAT

Fram tills nu har det funnits en ganska låg miljömedvetenhet från företag, men detta håller på att förändras, och de ser att sammanhanget förändras, vilket har skapat en högre efterfrågan. Tack vare det arbete de genomför för sitt varumärke, och tack vare labbet, lyckas de minska koldioxidavtrycket från textilprodukter, både från sina egna och från andra företag tack vare den bedömning och rådgivning som tillhandahålls. År 2022 uppnådde de B Corp-certifiering med ett poäng på 102,4, långt över genomsnittet. Detta positionerar Canussa som ett varumärke där varje accessoar återspeglar deras värderingar och uppfyller de högsta standarderna för social och miljömässig påverkan, vilket bekräftas av den prestigefyllda B Corp-certifieringen.





DET VIKTIGASTE ÄR ATT SE TILL ATT IDÉN ÄR EKONOMISKT HÅLLBAR. ATT VÄRDESÄTTA LÖSNINGEN ÄR GRUNDLÄGGANDE, EFTERSOM TEXTILARBETE ÄR BEROENDE AV HANDARBETE SOM FORTFARANDE ÄR DYRT.

– MARÍA CANO, VD

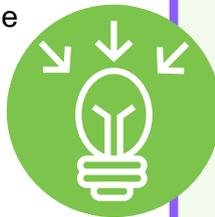


## SLUTSATS

Canussa arbetar med tidlös och hållbar design. De väljer innovativa material med lägre ekologisk påverkan, vilket förlänger livslängden på deras produkter och minskar deras miljöavtryck. Detta fall visar ett exempel på ett företag som investerar för en cirkulär framtid, där mode respekterar både människor och planeten.

Canussa anpassar sitt arbete till fyra hållbarhetsmål:

- Jämställdhet (kvinnoledda företag)
- Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt (vikten av lokal produktion och arbetsförhållanden)
- Hållbara städer och samhällen (vikten av utvalda råvaror)
- Partnerskap för målen (med ett stort engagemang för samarbete)

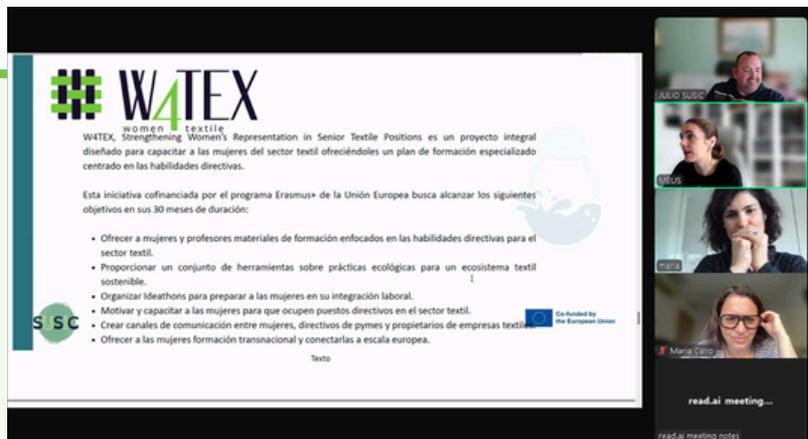


Canussa Lab lanserades 2023 för att bli Canussas innovationsutrymme för företag. Det är där de driver övergången till en cirkulär ekonomi och hjälper företag att omvärdera sitt avfall.

## REFERENSER

Canussas webbplats: <https://canussa.com/es/pages/sobre-nosotras-canussa-brand>

Intervju med María Cano (Canussas grundare och VD) den 8 april 2025, hållen av Julio Hernandez och Cécile Sauvage.



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

# Christiana Vardakou Textile studio



## INLEDNING/SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Christiana Vardakou Textile Studio är det första varumärket i Grekland som uteslutande sysslar med att färga tyger med växter. Grundaren, Christiana Vardakou, är utbildad vid Chelsea College of Arts i London, specialiserad på färgning och inspirerad av Slow Design-rörelsen, som främjar hållbarhet, återvinning och emotionellt hållbar design.

## UTMANINGAR

De största utmaningarna finns i processen att skapa hållbara textilprodukter, såsom oförutsägbarheten hos naturliga färgämnen, begränsad färgbeständighet och den tidskrävande processen. Att hitta hållbara material är svårt på grund av deras säsongsvariationer, medan högre kostnader gör det svårt att konkurrera med syntetiska alternativ. Dessutom bidrar konsumenternas medvetenhet och efterlevnad av hållbarhetsstandarder till komplexiteten.



## LÖSNING

För att övervinna utmaningarna började företaget förfina färgningsteknikerna för att uppnå kontinuitet, använda säsongsbetonade, lokala växtfärger och omfamna naturliga variationer som ett unikt försäljningsargument. Företaget utbildar också konsumenter genom workshops, främjar etisk produktion i små partier och följer en nollavfallsprincip. Genom att öka medvetenheten och engagera konsumenter gör Textile Studio det möjligt för andra att fullt ut uppskatta värdet av ojämnheter och den unika karaktär som naturliga material erbjuder. Dessutom minskar skräddarsydda produkter tillverkade på beställning avfall som tilltalar hållbarhetsmedvetna köpare.

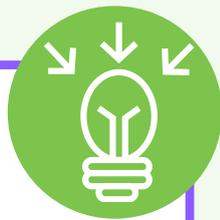
## RESULTAT

Genom att använda växtbaserade färgämnen, minska kemisk förorening och implementera en noll-avfallsfilosofi genom att återanvända material, främjar företaget miljömässig hållbarhet. De arbetar med biologiskt nedbrytbara, ekologiska tyger, de använder lokala, säsongsbetonade färgämnen och minimerar vattenförbrukningen genom effektiva färgningstekniker. Deras ansträngningar är i linje med principerna för cirkulär ekonomi, samtidigt som de genom workshops och samarbeten ökar medvetenheten kring miljövänligt mode och uppmuntrar till ett bredare införande av hållbara metoder.





"ATT FÄRGA TYG ÄR EN PROCESS SOM INTE BARA ÄNDRAR FÄRGEN  
UTAN OCKSÅ GER MATERIALET KÄNSLA OCH DJUP."



## SLUTSATS

Christiana Vardakou Textile Studios arbete med naturlig färgning och hållbara textilier de exemplifierar hur traditionellt hantverk och innovation kan samexistera för att främja miljöansvar inom mode. Genom att anamma växtbaserade färgämnen, nollavfallsprinciper och etiska produktionsmetoder minskar de inte bara kemisk förorening och textilavfall utan främjar också konsumentmedvetenhet och utbildning genom workshops och samarbeten. Deras engagemang för slow fashion utmanar normerna för massproduktion och bevisar att hållbarhet inte är en begränsning utan en möjlighet till kreativitet och en djupare koppling till naturen. Som en pionjär inom Greklands hållbara moderörelse fungerar företagets ateljé som en modell för framtiden för miljömedveten design och inspirerar både branschfolk och konsumenter att göra mer medvetna val.

## REFERENSER

Christiana Vardakou. (n.d.). <https://www.christianavardakou.com/>

Christiana Vardakou Textilstudio. (u.å.). <https://www.openhouseathens.gr/portfolio-item/christiana-varadakou-textile-studio/>

Homo Faber. (n.d.). <https://www.homofaber.com/el/discover/vardakou-christiana-chr5dm>

Levine, P. (2024). Dyeing magic: Infusing fabrics with emotion and color • the turquoise iris journal. The Turquoise Iris Journal. <https://www.theturquoiseirisjournal.com/dyeing-magic-infusing-fabrics-with-emotion-and-color/>



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

# Close the Loop



## INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Guiden "Guideline for Clothing Design for Longevity" är ett samarbete mellan tre belgiska organisationer:

**Xandres** (modemärke från Flandern), **VITO** (flamländska institutet för teknologisk forskning), och **Flanders DC** (flamländskt design- och modecenter), för att främja hållbart mode genom att förbättra plaggkvaliteten och hållbarheten.

## UTMANINGAR

Modebranschen står inför ökande miljöpåverkan på grund av sämre kläd kvalitet och kortare livslängd, vilket leder till mer textilavfall. Trots det växande intresset för hållbarhet saknar varumärken ofta tydliga, praktiska riktlinjer för att designa slitstarka plagg. Det finns ingen gemensam definition av "kvalitet" inom mode, och det finns begränsad data om hur länge kläder faktiskt håller eller varför de kasseras, vilket gör det mycket svårt för designers att skapa verkligt hållbara produkter.



## LÖSNING

Riktlinjen ger en strukturerad metod för designers och varumärken för att förbättra plaggs livslängd och anpassa dem till varje företags behov. Den inkluderar:

- Ett ramverk som definierar "kvalitet" inom mode.
- Forskningsbaserade insikter om tygers hållbarhet.
- Mätbara kriterier för att designa högkvalitativa plagg.

## RESULTAT

Riktlinjen och det tillhörande verktyget finns nu tillgängliga för hela textilbranschen. Den ger ett värdefullt stöd för hållbar produktion genom att låta textilföretag lägga in sina egna hållbarhetsåtgärder. Baserat på dessa input ger verktyget skräddarsydda rekommendationer för att stärka effekten, med starkt fokus på att förlänga plaggens livslängd och minska svinnet inom modebranschen.



# FALLSTUDIE

“

”MED DENNA RIKTLINJE SYFTAR VI TILL ATT GÖRA DET ENKELT FÖR BÅDE NYSTARTADE OCH ETABLERADE MODEFÖRETAG ATT GÖRA RÄTT VAL I INKÖPS- OCH DESIGNPROCESSEN. KVALITET OCH HÅLLBARHET ÄR TÄTT SAMMANKOPPLADE.

— SIMON GRYSPEERT, ANSVARIG OCH INNOVATIONSCHEF PÅ FLANDERS DC

”

## SLUTSATS

Detta initiativ utgör en viktig resurs för modebranschen och hjälper varumärken att skapa mer hållbara och miljövänliga plagg. Ramverket är lätt överförbart och kan antas av designers och företag världen över för att förbättra textiliers livslängd och hållbarhet under hela produktionen.



## REFERENSER

- Flanders DC. (2025). Close The Loop: Guideline for Clothing Design for Longevity. Hämtad från <https://www.close-the-loop.be/en>
- Xandres. (2024). Hämtad från <https://www.xandres.com/en-be/sustainability>
- VITO. (u.å.). Guide for clothing design for longevity aims to promote sustainability in the fashion industry. VITO. Hämtad från <https://vito.be/en/news/guide-clothing-design-longevity-aims-promote-sustainability-fashion-industry>



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

# CLOTSY BRAND

CLOTSY® BRAND

## INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Clotsy Brand, grundat 2018 av Ángela Gómez och Alfonso Saura i Spanien, är ett hållbart och veganskt modemärke som strävar efter att minimera textilindustrins miljöpåverkan. Märket erbjuder bekväma, miljövänliga kläder som respekterar planeten, människor och djur, och syftar till att bekämpa de skadliga effekterna av fast fashion genom att främja ansvarsfull konsumtion och etiska produktionsmetoder.

## UTMANINGAR

Den globala modeindustrin plågas av exploaterande arbetsmetoder, inklusive orättvisa löner, osäkra arbetsförhållanden och bristande transparens, särskilt i leveranskedjor inom fast fashion. Dessutom bidrar oetisk materialanskaffning till miljöförstöring och sociala orättvisor. Konsumenter saknar ofta medvetenhet kring dessa problem, vilket gör det svårt för hållbara varumärken att ändra köpbeteenden mot mer etiska alternativ.



## LÖSNING

Clotsy Brand tog itu med dessa utmaningar genom lokal tillverkning, genom att samarbeta med familjeägda verkstäder i Spanien och Portugal, för att säkerställa rättvisa löner och säkra arbetsmiljöer. Clotsy använder miljövänliga tyger som ekologisk bomull, linne och Tencel, alla anskaffade på ett ansvarsfullt sätt för att minimera miljöpåverkan och främja etiska inköpsmetoder. Dessutom är de engagerade i initiativ för att öka medvetenheten kring medvetet mode, inklusive informativa blogginlägg om ämnen som greenwashing och tips för att identifiera genuint hållbara varumärken.

## RESULTAT

Clotsy Brands hållbarhetsstrategi har gett konkreta resultat. Genom att prioritera ekologisk bomull minskar varumärket vattenförbrukningen med upp till 91 % jämfört med konventionell bomull, vilket avsevärt minskar deras miljöavtryck. Samarbete med lokala verkstäder i Spanien och Portugal har säkerställt rättvisa löner och anständiga arbetsförhållanden, samt stöd till småskaliga hantverkare vilket också har bidragit till bevarandet av traditionella färdigheter. Dessutom har Clotsys konsumentutbildningsinsatser – genom blogginlägg och transparent berättande – skapat en mer medveten gemenskap, uppmuntrat till ansvarsfull konsumtion och ökat medvetenheten om modes verkliga kostnad.



“

**"JU BREDARE UTBUD, DESTO BÄTTRE"  
– ÁNGELA GÓMEZ MEDFÖRDARE**

”

## SLUTSATS

Clotsy Brand exemplifierar hur integrering av lokal tillverkning, hållbara material och konsumentutbildning effektivt kan hantera utmaningarna med oetiska metoder inom modebranschen. Deras tillvägagångssätt minskar inte bara miljöpåverkan utan främjar även socialt ansvar och stärker lokala samhällen. Detta fall understryker vikten av transparens och etiska metoder för att främja ett hållbart modeekosystem.



## REFERENSER

<https://www.clotsybrand.com> <https://www.mamagazine.es/clotsy-brand-be-a-plastic-warrior/>  
<https://www.bellezasolidaria.net/clotsy-brand-moda-consciente-sostenible-y-solidaria/>  
<https://www.startups-espanolas.es/2024/02/12/clotsy-transformando-la-moda-sostenible-en-espana/>  
[https://www.bbvaspark.com/contenido/en/news/the-slow-fashion-catwalk-sustainability-is-in-style/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.bbvaspark.com/contenido/en/news/the-slow-fashion-catwalk-sustainability-is-in-style/?utm_source=chatgpt.com)



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

# COVER Clothing

COVER



## INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

COVER är ett neoklassiskt modemärke baserat i Kiev, skapat som en utmaning mot de flyktiga trender som både raderar individualitet och skadar planeten. COVER skapar tidlösa kläder och producerar två huvudkollektioner per år och limiterade produkter skapad på beställning, vilket säkerställer högsta kvalitet och minimerar avfall för att värna om miljön.

## UTMANINGAR

Genom att se hur fast fashion skadar planeten och berövar individualitet, föreställde sig COVERs grundare Anastasiia Fedorova ett varumärke som värdesätter miljömedvetenhet och individualitet. Hon planerade att COVER skulle vara ett slow fashion-märke som erbjuder praktiska kläder för alla tillfällen, med möjlighet till skräddarsydda kläder. Utmaningen var att utveckla ett tydligt koncept, etablera en stark varumärkesposition och kommunicera varför detta tillvägagångssätt gynnar både planeten och den personliga identiteten.



## LÖSNING

COVER började med Anastasiias passion och vision, utan större finansiering. Hon designade logotypen, skapade Instagramsidan och involverade vänner i fotograferingar. Trots ingen tidigare affärserfarenhet och tvivel på grund av den fullsatta marknaden, trodde hon på sin unika idé: mode som hyllar individualitet utan att skada miljön. Hennes koncept fokuserade på att äga färre, mångsidiga plagg som får ägaren att må bra. Tack vare att Anastasiia förblev trogen sina värderingar och fortsatte att skapa, tog dominoeffekten fart - influencers började bära COVER, vilket fångade medias uppmärksamhet och ökade medvetenheten om varumärkets miljövänliga, unika tillvägagångssätt. Kontinuiteten stärkte varumärket och bevisade att hålla sig trogen sin vision och uthållighet kan leda till framgång.

## RESULTAT

Idag har COVER ett showroom i Kievs största köpcentrum, där specialbeställningar ofta bokas månader i förväg. Men märket handlade aldrig bara om kläder – det handlar om att bygga en gemenskap av likasinnade individer som uppmuntrar andra att följa sin egen väg och hylla sin unikheter. Deras kläder väljs ut av ukrainska stjärnor, som Oleksandr Rudynskyi för Bafta-ceremonin, och även för internationella, inklusive men inte begränsat till Daniel Toni Jais, Madelaine Petsch och Dixie D'amelio. Förutom att klä inflytelserika personer har märket också prytt globala scener och nyligen fångat publiken på New York Fashion Week.



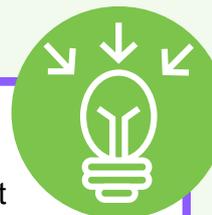


**COVER ÄR ETT NEOKLASSISKT KLÄDMÄRKE SKAPAT SOM ETT SVAR PÅ DEN FLYKTIGA NATUREN HOS TRENDER SOM BERÖVAR INDIVIDUALITET OCH SKADAR PLANETEN.**

**– COVER CLOTHING, ANASTASIIA FEDOROVA**

## SLUTSATS

COVERs framgångar bevisar att kunderna numera värdesätter företag som prioriterar socialt ansvar och hållbarhet, vilket bevisar att sådana insatser alltid erkänns och uppskattas. Människor är trötta på massproduktionen av ooriginella, repetitiva kläder av dålig kvalitet. Varumärken som COVER, som fokuserar på miljövård och social påverkan, blir alltmer populära. Genom att hålla fast vid sina värderingar och inspirera till förändring sätter COVER inte bara en ny standard för mode utan bevisar också att göra gott för planeten och människorna kan gå hand i hand med framgång.



## REFERENSER

Cover-apparel.com — COVERs officiella webbutik. (u.å.). Cover. <https://cover-apparel.com/en/about> Nikolaichuk, Y. (u.å.). «Inga etiketter»: Det ukrainska märket COVER lanserade ett specialprojekt om stereotyper i det ukrainska samhället. Cosmopolitan. <https://www.cosmo.com.ua/people/news/no-labels-ukrayinskyy-brend-cover-zapustyv-spetsproyekt-pro-stereotypy-v-ukrayinskomu-suspilstvi-ta-dynamiku-zmin/>



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

# DELEITE WEAR

## deleitewear

### INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Deleitewear är ett hållbart modemärke baserat i Valencia, Spanien, grundat 2020 av Nuria Cavia och Laura Fernández Cavia. Företaget fokuserar på cirkulärt mode genom att omvandla textilavfall – särskilt från hotell- och restaurangbranschen – till snygga, miljövänliga uniformer och kläder. Deleitewear förespråkar inte bara miljöansvar utan stöder även sociala frågor genom att samarbeta med verkstäder som anställer utsatta individer.

### UTMANINGAR

Modeindustrin bidrar i hög grad till global förorening, där textilavfall och oetiska arbetsmetoder är betydande problem. Deleitewear stod inför utmaningen att minska textilavfallet från hotell- och restaurangbranschen, säkerställa en transparent och etisk produktionsprocess och utbilda konsumenter och företag kring värdet av återvunnet mode.



### LÖSNING

Deleitewear tar itu med textilavfall och social ojämlikhet genom att samarbeta med hotell för att återvinna kasserade tyger till hållbara uniformer och modeplagg. De samarbetar med lokala verkstäder som utbildar och anställer personer som riskerar social utestängning och främjar rättvisa arbetsmetoder. Dessutom produceras alla plagg lokalt i Spanien, vilket säkerställer transparens och minskar koldioxidavtrycket i deras produktionsprocess.

### RESULTAT

Genom sitt innovativa tillvägagångssätt har Deleitewear avsevärt minskat textilavfallet genom att återanvända högkvalitativa tyger som annars skulle ha hamnat på soptippar. Deras partnerskap med workshops för social påverkan har skapat jobbmöjligheter för marginaliserade individer och främjat inkludering. Varumärkets hållbara uniformer har anammats av hotell som Muralto Madrid Princesa och Jardines de Sabatini, vilket förstärker deras kunders engagemang för miljövänliga metoder.





**VI ANSER ATT MODE INTE BARA SKA SE BRA UT UTAN OCKSÅ GÖRA GOTT FÖR PLANETEN OCH DESS INVÅNARE.**

**– NURIA CAVIA, MEDGRUNDARE AV DELEITWEAR**



## **SLUTSATS**

Deleitewear bevisar att mode kan vara både snyggt och hållbart. Genom att kombinera cirkulära modemetoder med initiativ för social inkludering har varumärket skapat en modell som gynnar planeten och samhället. Deras arbete visar hur företag inom textilindustrin kan anta miljövänliga lösningar utan att kompromissa med design eller kvalitet.



## **REFERENSER**

<https://deleitewear.com> <https://www.instagram.com/deleitewear/>  
<https://www.linkedin.com/company/deleitewear/?originalSubdomain=es>  
<https://www.innovaspain.com/deleite-wear-reutilizacion-textil-industria-hotelera/>



**Co-funded by  
the European Union**

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

# Dell'Orco och Villani



## INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Bildkälla: <https://www.dellorco-villani.it/#team>

Dell'Orco & Villani är ett familjeägt och -drivet företag som designar och producerar maskiner för textilåtervinning i Prato, Italien, ett av Europas största textilcentrum känt för sin historia inom textilproduktion och återvinning. Sara Dell'Orco, vice vd för Dell'Orco & Villani och chef för produktionskontroll, har lett företaget i utvecklingen av banbrytande återvinningsmaskiner som omvandlar textilavfall till återanvändbara fibrer. Hennes ledarskap och bakgrund inom maskinteknik har stöttat tillverkare att med hjälp av verktyg och maskiner anta cirkulära ekonomiska metoder, minska textilavfall och samtidigt förbättra produktionseffektiviteten.

## UTMANINGAR

Textilindustrin genererar massivt avfall både i produktionsskedet och i slutet av produktens livscykel – varav mycket inte återvinns. Globalt producerar vi 92 miljoner ton textilavfall varje år, varav det mesta är kläder och modeartiklar (Ruiz, 2024). Av detta samlas endast 20 % av textilavfallet in och bara 1 % återvinns. Denna brist på återvinning utgör ett stort problem med tanke på att textilavfall står för 7 % av det globala deponiavfallet. Det finns ett akut behov av att omdirigera textilier från deponier och till återvinning och cirkulära metoder. Många tillverkare kämpar dock med att implementera kostnadseffektiva, skalbara återvinningslösningar samtidigt som produktkvaliteten bibehålls. Utmaningen ligger i att skapa tekniker som effektivt återvinner och återanvänder kasserade textilier.



## LÖSNING

Dell'Orco & Villani har utvecklat ett fiberåtervinningsystem, textilstrimlare och automatiserad sorteringsutrustning som gör det möjligt för tillverkare att bearbeta textilavfall till högkvalitativa fibrer. Deras maskiner hanterar olika åtgärder och steg i återvinningsprocessen, vilket gör det möjligt för tillverkare att implementera tekniker som passar deras specifika behov. De hanterar inte bara textilstrimling och återvinning av uttjänta plagg, utan även återvinning av textilavfall som produceras i produktions- och tillverkningsstadiet, med en helhetsvision för skapandet av maskiner för textilåtervinning. Maskiner omformas och förbättras ständigt för att utvecklas med de förändrade behoven inom cirkularitet inom textilindustrin. Automatiserade tekniker som dessa maskiner gör återvinningen effektivare, vilket gör det möjligt för varumärken att minska deponiavfall och integrera hållbara material tillbaka i sina produktionslinjer.

## RESULTAT

Dell'Orco & Villani har hjälpt ett flertal globala varumärken att avsevärt minska avfall och energiförbrukning, vilket bidrar till en mer hållbar textilförsörjningskedja. Företagets innovativa maskiner har etablerats som ledande inom textilåtervinning och en viktig möjliggörare för cirkulär ekonomi.



“

VÅRT ENGAGEMANG FÖR TEKNISK INNOVATION HAR GJORT DET MÖJLIGT FÖR OSS ATT AKTIVT BIDRA TILL SKAPANDET AV EN CIRKULÄR EKONOMI INOM TEXTILSEKTORN, MINSKA AVFALL OCH MAXIMERA MATERIALÅTERANVÄNDNING.

– SARA DELL'ORCO, VICE VD FÖR DELL'ORCO & VILLANI

”



Bilder från [www.dellorco-villani.it](http://www.dellorco-villani.it)

## SLUTSATS

Sara Dell'Orcos ledarskap visar att teknisk innovation kan driva industriell hållbarhet. Överföringspotentialen för denna modell är hög, eftersom återvinningsteknik kan tillämpas inom olika branscher, inklusive plast, byggmaterial och återvinning av elektronikavfall. Andra tillverkare kan kopiera denna metod genom att investera i automatiserade, högeffektiva återvinningssystem som återvinner värdefulla material samtidigt som avfallet minimeras.



## REFERENSER

Dell'Orco & Villani. (u.å.). Maskiner för textilåtervinning. Hämtad från <https://www.dellorco-villani.it>

Dell'Orco & Villani. (2020, 13 oktober). Dell'Orco&Villani företagspresentation [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8hdpEsgPg5l>

Ruiz, A. (18 mars 2024). 17 mest oroande statistik och fakta om textilavfall [2025]. TheRoundup. <https://theroundup.org/textile-waste-statistics/>

Sara Dell'Orco, vice vd för Dell'Orco & Villani. (n.d.). Hållbara lösningar inom textilsektorn. Hämtad från <https://www.dellorco-villani.it>



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

# Design for Resilience

DESIGN  
FOR ●●●  
RESILIENCE

## INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Design for Resilience är en belgisk textildesign- och forskningsstudio som skapar naturliga, ekologiska och komposterbara kläder och hemtextilier. Företaget prioriterar hållbarhet, etiska inköp och hållbara material.

## UTMANINGAR

Textilindustrin bidrar avsevärt till miljöförstöring, inklusive mikroplastföroreningar och ohållbara produktionsmetoder. Design for Resilience försökte motverka dessa problem genom att tillverka slitstarka, plastfria och etiska textilier.



## LÖSNING

Företaget följer flera viktiga principer:

- Användandet av riktiga, naturliga material utan greenwashing.
- Säkerställ transparens genom lokal hållbar produktion i Belgien.
- Föredra kvalitetshantverk och långsiktig hållbarhet.
- Främja etiska inköp genom att samarbeta med familjeägda företag.
- Skydda traditionella tekniker och lokalt textilarv

## RESULTAT

Deras hållbara tillvägagångssätt minimerar textilavfall (mindre än 1 %) och förlänger produkternas livslängd. Deras tåliga svamp har fått flera utmärkelser, vilket lyfter fram deras innovativa tillvägagångssätt för miljövänliga textilier.





**NOLL AVFALL PÅ ETT ENKELT SÄTT.  
HÅLLBART OCH MINIMALISTISKA HUSHÅLLSTEXTILIER FÖR ATT  
STÖDJA DIN ÖVERGÅNG.**

**— DESIGN FOR RESILIENCE**



### **SLUTSATS**

Design for Resilience erbjuder en modell för att integrera hållbarhet och hantverksskicklighet i textilindustrin. Deras tillvägagångssätt kan kopieras av företag som vill prioritera etisk och miljömässig ansvarsfull textilproduktion.



### **REFERENSER**

Design for Resilience. (2023). Hämtad från <https://www.designforresilience.be>



**Co-funded by  
the European Union**

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

## ETIKWAY



### INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Etikway är ett hållbart modemärke och en inkubator som grundades 2020 av den fransk-portugisiska entreprenören Lucie Gomes. Företaget strävar efter att införliva ekologiska principer i modebranschen genom att stödja och främja projekt som förenar mode med hållbarhet. Utöver sina kommersiella strävanden har Etikway etablerat en stiftelse dedikerad till sociala frågor, vilket återspeglar deras engagemang för etiska metoder och miljövard.

### UTMANINGAR

Modebranschen är ökad för sin miljöpåverkan och är en av de mest förorenande sektorerna globalt. Dessutom innebär integreringen av hållbara metoder i etablerat mode utmaningar på grund av etablerade produktionsmetoder och konsumentvanor. Etikway stod inför uppgiften att främja hållbarhet i detta sammanhang, med målet att förändra branschnormer och konsumentuppfattningar.



### LÖSNING

För att möta dessa utmaningar lanserade Etikway olika initiativ som Etikway Award, som uppmärksammar projekt som kombinerar mode och hållbarhet. Företaget etablerade också Etikway Foundation, som fokuserar på sociala projekt som att stödja ukrainska flyktingar i Portugal genom program relaterade till permakultur, upcycling och cirkulär ekonomi.

### RESULTAT

Etikways insatser har lett till ökad medvetenhet och erkännande av hållbara modeprojekt, vilket främjar innovation inom branschen. Stiftelsens initiativ har gett stöd och integrationsmöjligheter för flyktingar, vilket visar varumärkets engagemang för socialt ansvar.





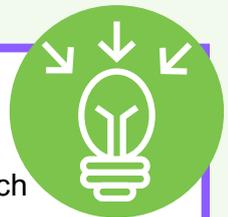
HÅLLBARHET HANDLAR INTE OM ATT GÖRA MINDRE SKADA, DET  
HANDLAR OM ATT GÖRA MER ELLER GOTT.

– LUCIE GOMES GRUNDARE



## SLUTSATS

Etikway är ett exempel på hur ett modevarumärke framgångsrikt kan integrera hållbarhet och socialt ansvar i sin kärnverksamhet. Genom initiativ som stöder ekologiska metoder och samhällsvälfärd banar Etikway väg för en mer etisk och hållbar modebransch.



## REFERENSER

<https://www.etikway.foundation> <https://pt.wikipedia.org/wiki/Etikway> <https://www.youtube.com/watch?v=ubGPsZap15E> <https://cl.pinterest.com/etikway/>



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

# HEMPFUL



# HEMPFUL

## INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

"Vår kärlek till mode skulle inte kunna existera utan kärlek till jorden" – är det ukrainska hållbara modevarumärket HEMPFULs huvudslogan. De värdesätter tidlösa kläder som inte är beroende av trender och säsonger. HEMPFULs katalog innehåller mjuka, enkla och bekväma plagg: överdimensionerade t-shirts och skjortor, sweatshirts, shorts, vida byxor och minikjolar. Allt i naturliga, ofärgade tygnysner.

## UTMANINGAR

HEMPFUL uppstod ur visionen hos varumärkets grundare Inna Postnikova, som inspirerades av sin resa till Australien, där hon beundrade naturens skönhet och människors intelligenta, miljömedvetna sätt att leva. Under denna resa lade hon märke till hur kläder kunde framhäva en persons naturliga charm utan att dölja den – en tanke som drev henne att skapa ett varumärke med enkla, bekväma kläder som visar upp unikheter, skönhet och en sexig, inre stil. Den största utmaningen var att hitta ett material som är miljövänligt, mjukt och hållbart nog för att skapa hållbara kläder som ser bra ut på kroppen utan att använda starka kemikalier.

## LÖSNING

För att förverkliga sin idé valde Inna hampa – ett naturligt, miljövänligt material som är känt för sin hållbarhet och mjukhet. Detta stämde perfekt överens med hennes vision att skapa enkla, miljömedvetna kläder i naturliga, ofärgade nyanser. Medan de flesta modemärken förlitar sig på syntetiska färgämnen, omfamnade Inna hampans råa skönhet och eliminerade skadliga färgningsprocesser från produktionen. Hampans hållbarhet går utöver dess naturliga färg: den växer ekologiskt med minimalt vatten och inga bekämpningsmedel, samtidigt som den återför 50–60 % av näringsämnena till jorden. Som en extra fördel förbättras tyget faktiskt med varje tvätt, det blir mjukare samtidigt som det bibehåller sin styrka, vilket gör varje plagg till ett varaktigt, hållbart tillskott till moderna garderober.

## RESULTAT

Tack vare varumärkets engagemang för högkvalitativa tyger har HEMPFUL fått ett brett erkännande och rankas nu bland Ukrainas främsta hampklädmärken. Även om HEMPFUL är ett relativt nytt varumärke har de redan haft beställningar från USA, Israel, Australien och Förenade Arabemiraten, där många köpare är kreativa kvinnor. HEMPFUL planerar att lansera en herrkollektion och egen produktion, som varumärket för tillfället outsourcar. Med blicken framåt mot större drömmar strävar HEMPFUL efter att återuppliva hampproduktionen i Ukraina.



VÅR KÄRLEK TILL MODE SKULLE INTE KUNNA EXISTERA UTAN  
KÄRLEK TILL JORDEN

– INNA POSTNIKOVA, VD



## SLUTSATS

Modebranschen står vid en viktig vändpunkt, där respekt för resurser och en övergång till en medveten garderob omdefinierar vad det innebär att klä sig med ett syfte. Hampa framstår som en hörnsten i denna omvandling – ett material som kombinerar hållbarhet, komfort och tidlös stil samtidigt som det drastiskt minskar miljöskadorna. I takt med att konsumenter i allt högre grad prioriterar medvetna val, framstår hampakläder som ett av de mest miljövänliga alternativen. Hampa kommer sannolikt att bli ett ledande material inom framtidens mode, där stil och hållbarhet möts, vilket gör mode till en positiv kraft.



## REFERENSER

7 ukrainska märken som skapar kläder och skor av hampa. (u.å.). Zhurnal Velykoho Mista [Storstadstidning]. <https://bzh.life/ua/mesta-i-veshi/1698680297-vid-nizhnoyi-bilizni-shub-i-chobit-7-ukrayinskih/>



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

## KOLDBATH



CRAFT KOLLEKTIV  
KOLDBATH  
· HANDMADE IN GÖTEBORG, SWEDEN ·

### INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Koldbath är ett "hantverksskollektiv" baserat i Göteborg, som vidare beskrivs som ett "samskapande hantverkshus" med syftet att rikta in sig på både **ekonomisk och kreativ inkludering** genom att fokusera på både **globala och traditionella färdigheter** som medlemmarna inom kollektivet förvärvat. Det består primärt av två målgrupper, **kvinnor som nyligen anlänt till Sverige och "svenska mormödrar"**. Den samskapande affärsmodellen **värdesätter kreativitet, tradition och visdom**, i kombination med en betoning på **lokala resurser**, både vad gäller **producerat avfall** och **underutnyttjade lokala material**, vilket sammanför allas **kunskaper, färdigheter och kreativitet**. Koldbath lyfter fram en tro på kreativitet som ett sätt att **stödja ekonomisk inkludering** (Koldbath o.d.). Företaget fokuserar också på **lokalt producerad ull** och förvärvat avfallsmaterial från lokala företag som ett mer **samarbetsinriktat tillvägagångssätt för cirkulär ekonomi**. Upplägget inom företaget är en hybridmodell, vilket innebär att företaget säljer både B2B och B2C (personlig kommunikation Koldbath 10 mars 2025).

### UTMANINGAR

De utmaningar som företaget identifierat är trefaldiga; **behovet av social inkludering som riktar sig mot nyanlända kvinnor i Sverige och isolerade äldre kvinnor i Sverige, de outnyttjade lokala resurserna** vad gäller både **lokal ull, traditioner och färdigheter**, och **underutnyttjandet av producerat textilmaterial**, skapa möjligheter för återanvändandet av det genererade avfallet.

**Svenska fårfarmer** har främst fokuserat på **köttproduktion**, vilket har lämnat ullen underutnyttjad och betraktad som en lågvärdig produkt. Ullens värde har dock nyligen förändrats med ansträngningar att öka det (upplevda) värdet, vilket resulterar i att mindre ull kasseras eller bränns. Trots dessa framsteg förblir cirka **50 % av den producerade ullen outnyttjad**. Samtidigt importerade **Sverige cirka 1650 ton ull under 2019**, vilket kräver ytterligare stöd för att öka efterfrågan på ull från den svenska marknaden (IVL Ull 2023).

Dessutom låg arbetslösheten bland **kvinnor med immigrantbakgrund i Sverige på 32,1 % år 2019** (Eurostat), och integrationen är också utmanande (personlig kommunikation Koldbath 10 mars 2025).

Det är avgörande att utveckla **nya lösningar** inom textilindustrin som kan bidra till en **mer effektiv användning av (lokala/avfalls)resurser** samtidigt som de minskar **miljöpåverkan** för att skapa en mer **cirkulär ekonomi** (IVL:s framtid för hållbara kläder 2023).

### LÖSNING

Koldbath anser att lösningen på utmaningen redan finns men kräver att olika individer som besitter **traditionell kunskap** inom om olika områden kopplas samman. Deras lösning tar itu med alla tre tidigare presenterade utmaningar.

För det första kopplar Koldbath-kollektivet samman **nyanlända kvinnor** med **traditionellt hantverk** genom samarbete med **äldre kvinnor** i Sverige, och **samarbetar även med företag** för att nå en mer **cirkulär ekonomi** (personlig kommunikation Koldbath 10 mars 2025). Kollektivet erbjuder en plats för att dela **globala insikter som utgångspunkt för designutveckling**, bygga ett **nätverk för kompetensutbyte**, skapa jobb och stödja integration. Koldbath producerar produkter med **lokalt producerad svensk ull** i ett försök att minimera efterfrågan på importerad ull, medan den lokalt producerade ullen är **underutnyttjad**. Dessutom tar Koldbath itu med problemet med **lokalt textilavfall** genom att samarbeta med olika partners för att återanvända textilavfallsmaterialet (personlig kommunikation Koldbath 10 mars 2025).





## RESULTAT

Koldbaths affärsmodell främjar en mer **samarbetsinriktad textilindustri** med ökad potential att uppnå målen för en cirkulär ekonomi. Den betonar **inkludering**, både socialt och ekonomiskt, både på individuell och nationell nivå. Företaget engagerar **äldre kvinnor i Sverige** och **nyanlända kvinnor**, vilket skapar ett samhälle som bevarar **hantverkstraditioner** från Sverige och kvinnornas ursprungsländer. Detta framhäver därför värdet av **mångkulturella tillgångar** och undviker förlust av värdefulla färdigheter och hantverkstraditioner samt förlust av avfall genom att aktivt arbeta med att återanvända det. Modellen främjar samarbete för en mer cirkulär ekonomi, med sitt starka fokus på **social inkludering** och **kvinnors egenmakt**. Affärsmodellen stöder både **kompetensutveckling**, **ökad branschfarenhet** och användning av lokala material som bidrar till **effektiv användning av lokala resurser**. Det innovativa tillvägagångssättet kombinerar cirkulär ekonomi med social hållbarhet genom att aktivt engagera **socialt missgynnade grupper**. Resultatet är en strategi som skapar **arbetstillfällen**, främjar ett **inkluderande samhälle**, främjar **resurseffektivitet** genom att använda lokalt tillgängliga material inklusive lokalt avfall, och genererar **positiva effekter** för den svenska textilindustrin och samhället som helhet.



"DET FINNS REDAN MÅNGA MATERIAL DÄR UTE, OM DU TAR DIG TID ATT ANPASSA DIN PRODUKT TILL VAD SOM FINNS TILLGÄNGLIGT OCH SAMARBETAR MED MÄNNISKORNA OMKRING DIG, KAN DU VERKLIGEN GÖRA SKILLNAD" (KOLDBATH)



## SLUTSATS

Sammanfattningsvis positionerar sig företaget som **skapare av ett nätverk** som kopplar samman olika intressenter i branschen för att förbättra **hållbarhet** och **cirkulär ekonomi**. Affärsmodellen riktar sig mot den cirkulära ekonomin genom att adressera **textilavfall** från flera vinklar, inklusive **lokala restströmmar** i andra industrier och **lokalt producerat textilavfall**. Den främjar också cirkularitet genom ett lokalt fokus på tillgängliga textilmaterial och genom att **dra nytta av tillgängliga resurser** som **kunskap**, **kompetens** och **hantverk**. Företaget förespråkar en mer **samarbetsinriktad strategi** inom textilindustrin för att **skala upp cirkulära affärsmodeller** i syfte att främja en **samarbetsbaserad cirkulär ekonomi**. Sammantaget illustrerar denna fallstudie hur en affärsmodell kan fungera som en **inspirationskälla** och inspirera andra att **implementera eller utveckla sina cirkulära aktiviteter**. Denna fallstudie kan också ge inspiration till att arbeta mot **större social och ekonomisk inkludering** samtidigt som arbetet mot en mer cirkulär ekonomi, en ekonomi som respekterar behovet av att leva inom planetens gränser drivs. Denna strategi balanserar miljöhänsyn med en stark betoning på **olika aspekter av social hållbarhet**, inklusive **tradition och hantverk**, för att bidra till en mer samarbetsinriktad och hållbar textilindustri.



## REFERENSER

Dahlbom, M., Aguilar Johansson, I., & Billstein, T. (2023). Sustainable clothing futures - Mapping of textile actors in sorting and recycling of textiles in Europe. From IVL svenska miljöinstitutet: <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:ivl:diva-4152>

Europeiska migrationsnätverket (EMN). (2022). Integration av migrantkvinnor i EU och Norge: Nationell rapport - Sverige (EUROSTAT). <https://home-affairs.ec.europa.eu/system/files/2022-09/EMN%20National%20Report%20Integration%20of%20Migrant%20Women%20in%20the%20EU%20and%20Norway%20final%20version%20June%202022%20SWEDEN.pdf>

IVL Svenska Miljöinstitutet. (2023). ULL: Återvunnen ull och den cirkulära ekonomin (Rapport C769). IVL Svenska Miljöinstitutet. <https://www.ivl.se/download/18.53d0007188a91f959e1a70/1686833362110/C769.pdf>

KOLDBATH (u.å.) hämtad från: <https://www.koldbath.com/kollektiv>



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

# LEFKON

## fashion brand



### INLEDNING/SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Lefkon är ett grekiskt modevarumärke, skapat av den prisbelönta designern Irimi Louiza Andrikopoulou, som kombinerar grekisk estetik med skandinavisk och japansk minimalism. Varumärket specialiserar sig på minimalistiska unisex-kläder och handgjorda bröllopsklänningar gjorda av 100 % grekiskt siden, tillverkade i Patras. Märket betonar etisk produktion, erbjuder lyxiga men ändå prisvärda kläder och håller produktionen lokal för högkvalitativa och hållbara metoder.

### UTMANINGAR

Som ett etiskt modemärke som använder 100 % grekiskt siden står Lefkon inför utmaningar som att säkra högkvalitativa material, upprätthålla etisk produktion och samtidigt förbli kostnadseffektiv, balansera lokalt hantverk med konkurrenskraftiga priser och differentiera sig på en mättad marknad. Att säkerställa hållbarhet och rättvisa arbetsmetoder och samtidigt konkurrera med fast fashion varumärken kan också öka pressen.



### LÖSNING

Lefkon tar sig an branschens utmaningar genom att upprätthålla etisk produktion med rättvisa löner, stödja lokala hantverkare och säkerställa högkvalitativt hantverk. För att hålla priserna överkomliga verkar varumärket online, vilket minskar omkostnaderna. Dess produkter tillverkas endast på begäran, vilket eliminerar miljöpåverkan samtidigt som kostnadseffektiviteten möjliggörs. Dessutom förblir deras produktionslinje lokal. Dessa faktorer gör det möjligt för Lefko att övervaka sina produkters livscykel från råvaruanskaffning till detaljhandel, vilket säkerställer transparens och övergripande kvalitet.

### RESULTAT

Lefkons etiska och hållbara tillvägagångssätt har lett till en stark varumärkesidentitet, som säkerställer rättvisa löner, högkvalitativt lokalt hantverk och prisvärd lyx genom online-verksamhet. Denna strategi har byggt kundlojalitet och positionerat varumärket unikt på modemarknaden, genom att framgångsrikt balansera hållbarhet, överkomliga priser och etisk produktion.



“

"MODE HANDLAR INTE BARA OM ATT SKAPA VACKRA KLÄDER, DET HANDLAR OM ATT SKAPA EN BÄTTRE VÄRLD."

URSULA AV CASTRO

”

## SLUTSATS

Lefkon har framgångsrikt positionerat sig som ett hållbart och etiskt modemärke genom att ta itu med viktiga branshutmaningar genom lokalt hantverk och råvaruanskaffning, produktion på begäran och övervakning av produkternas livscykel. Genom att omfamna minimalism och högkvalitativt grekiskt siden har varumärket skapat en distinkt identitet som tilltalar medvetna konsumenter. Dess engagemang för etisk produktion och hållbarhet har inte bara byggt kundlojalitet utan också satt ett exempel för ansvarsfullt mode. Lefkons resa belyser att med rätt balans mellan tradition, innovation och etiska värderingar kan ett modemärke blomstra samtidigt som de håller sig trogna sina principer.



## REFERENSER

Lefkon designer clothes. lefkon. (u.å.). <https://www.lefkon.gr/>



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

# Myca Nova



## INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

MycaNova är ett banbrytande företag som specialiserar sig på att utveckla högkvalitativa biomaterial från återvunnet mycel (ett nätverk av svamptrådar som hjälper svampar att absorbera näringsämnen och få kontakt med växter). Företaget erbjuder hållbara alternativ till traditionella material inom textil- och modeindustrin, vilket minskar miljöpåverkan samtidigt som kvalitet och prestanda bibehålls.

## UTMANINGAR

Textilindustrin har en betydande miljöpåverkan på grund av höga koldioxidutsläpp, överdriven vattenanvändning och ett beroende av icke-förnybara resurser. Traditionell läderproduktion medför etiska problem och bidrar till föroreningar. MycaNova behövde utveckla ett alternativt material som uppfyllde branschstandarder samtidigt som det tog itu med dessa hållbarhetsutmaningar.



## LÖSNING

MycaNova utvecklade en patentskyddad process för att omvandla mycelium till ett mångsidigt biomaterial av hög kvalitet. Deras lösning inkluderar:

- Upcycling av mycelium som ett hållbart, djurfritt alternativ.
- Anpassa materialet för att möta kundens design- och prestandabehov.
- Tillhandahålla transparenta hållbarhets- och tekniska data till kunder.
- Tillverkar textilier och plagg till möbel-, läder och bilindustrin, lyxförpackningar, skor, kläder och inredning, bland annat.

## RESULTAT

MycaNovas innovation har positionerat dem som ledande inom hållbar textilproduktion. Deras material erbjuder ett gångbart alternativ till traditionellt läder och syntetiska tyger, vilket minskar beroendet av animaliska produkter och fossila bränslen samtidigt som de bibehåller höga estetiska och funktionella standarder.



“

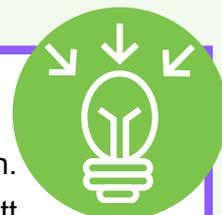
NAMNET MYCANOVA® KOMMER FRÅN MYCELIUM ("MY"), CITRONSyra ("CA") OCH "NOVA", EFTERSOM DET REPRESENTERAR VÅRT ENGAGEMANG FÖR ATT FÖRNYA, UTVECKLAS OCH UTVECKLA BÄTTRE HÅLLBARA LÖSNINGAR.

— MYCA NOVA

”

## SLUTSATS

MycaNovas tillvägagångssätt visar hur bioteknik kan driva hållbarhet inom textilindustrin. Deras modell kan kopieras av andra företag som vill integrera miljövänliga material utan att kompromissa med kvalitet eller funktionalitet.



## REFERENSER

Citribel. (u.å.). MycaNova: High-quality biomaterials with upcycled mycelium. MycaNova. Hämtad från <https://www.mycanova.com/>



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

## REKOTEX



### INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Fallstudien av REKOTEX visar ett företag som tillhandahåller en cirkulär lösning för andra textilföretag. **Denna lösning möjliggör ett mer cirkulärt flöde av tillgängliga resurser, i synnerhet inom textilproduktion och överskott av inköp.** Genom att erbjuda en plattform möjliggör företaget optimerad användning av redan producerade tyger, vilket dessutom har fördelen att respektera den begränsade naturen hos textila råvaruresurser. Detta är kopplat till behovet av bredare förändringar mot hållbarhet inom branschen. **Företaget har identifierat och fokuserat på ett viktigt förbättringsområde inom textilproduktion, ineffektiviteten i olika steg i den textila värdekedjan, och erbjuder en innovativ lösning för att stödja företag att gå mot cirkularitet.** Materialet som fokuseras på är **avfall före konsumtion ibland kallat restlager**, vilket omvandlas från en utmaning till en möjlighet genom denna plattformsbaserade affärsmodell.

### UTMANING

Textilavfall kategoriseras i två typer: **avfall före konsumtion och avfall efter konsumtion.** Denna fallstudie fokuserar på avfall före konsumtion. Detta är det avfall som genereras under produktionsstadierna, såsom tygtillverkning, klädproduktion och distribution. Textilindustrin står inför den **betydande utmaningen att minska miljöpåverkan från dessa produktionssteg och samtidigt förbli ekonomiskt hållbar och samhällsfördelaktig.** Därför är det erkänt att industrin kräver **systematisk förändring**, till exempel för att implementera cirkulära modeller. Föreslagna metoder inkluderar **återanvändning av material som redan produceras för att minska produkternas negativa miljöpåverkan samtidigt som man söker effektivare resursanvändning** (Sustainable clothing future, Ivl 2023). Även om företag strävar efter att minimera mängden produktionsrester, är det fortfarande en utmaning att helt eliminera överskottslager av material eller överproduktion.



### LÖSNING

Lösningen som REKOTEX erbjuder belyser möjligheten att **cirkulera produktionsrester för att skapa värde för olika intressenter**, eftersom affärsmodellen erbjuder en plattform för säljare som vill sälja sina överblivna tyger eller produktionsöverskottsmaterial. **Företaget kopplar samman dessa outnyttjade textilmaterial med potentiella köpare på sin plattform via företagets webbplats**, där detaljer om dessa tillgängliga tyger publiceras. Denna återförsäljningsplattform möjliggör **ömsesidiga fördelar för köpare, säljare och miljön**, genom att stödja hållbar och cirkulär utveckling. Genom att återanvända de redan producerade tygerna skapas ett värde och materialen kan cirkulera inom branschen, istället för att hamna **outnyttjade på lager och så småningom som oanvänt avfall.** REKOTEX-plattformen kopplar därmed samman säljare och köpare (REKOTEX u.å.), vilket gör cirkulära material mer tillgängliga för olika intressenter.



## RESULTAT

Resultaten av denna affärsmodell inkluderar **återanvändning av tidigare producerade tyger** och ett mer effektivt utnyttjande av utvunna resurser. I denna fallstudie ges en specifikt ändamålsenlig funktion till det producerade överblivna textilmaterialet, så att det kan hanteras på ett **ansvarsfullt, cirkulärt och effektivt sätt**. Lösningen ger företag möjlighet att ta ansvar för sina överblivna material för att både förbättra deras användning och skapa värde från dessa material. Denna metod hjälper företag att **minimera ekonomiska förluster** i samband med underutnyttjande av inköpta eller tillverkade material. Metoden gör det möjligt för företag att **skapa ekonomiskt värde från avfall** samtidigt som den ökar cirkulariteten inom sin egen organisation och i hela branschen. Utöver att förbättra branschens hållbarhet genom att minska mängden högvärdiga material som inte utnyttjas, ger metoden också möjlighet för mindre företag att få tillgång till dessa material, eftersom de kan köpa **högkvalitativa tyger i små volymer** utan att behöva binda sig till större kvantiteter och med den extra fördelen av kortare ledtider och transportavstånd (REKOTEX u.å.). Således erbjuder företaget en lösning på utmaningen med avfall före konsumtion, genom att fylla ett gap som företag kan ha svårt att fylla själva. Dessutom stöder lösningen, som fungerar som en mångsidig plattform, den europeiska textilindustrin i skapandet av ett mer **cirkulärt lokalt/regionalt textilekosystem**. Sådana lösningar är dessutom avgörande för företag som ett skydd mot **oväntad uppkomst av överskott/restlager** från en alltmer osäker affärsmiljö. Som ett resultat kan affärsmodellen förvandla flera utmaningar till möjligheter och **skapa värde från tillgängliga avfallsströmmar före konsumtion**.

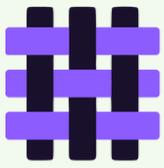


TILLSAMMANS SKAPAR VI EFFEKTIVA CIRKULÄRA FLÖDEN,  
DÄR TEXTILRESURSER TAS OM HAND PÅ ETT PRODUKTIVT  
OCH ANSVARSFULLT SÄTT (REKOTEX)



## SLUTSATS

Denna fallstudie visar användningen av **alternativa affärsmodeller** för att förbättra cirkulära flöden och identifiera förbättringsområden inom branschen, vilket möjliggör en övergång till en mer **hållbar och cirkulär industri**. Lösningen ger ett syfte för de redan producerade varorna och stödjer nya cirkulära affärsmöjligheter. **Denna cirkulära affärsmodell visar sig vara ett gångbart alternativ för att rikta in sig på och hantera tillgängliga avfallsflöden**. Lösningen identifierar och adresserar specifikt flera branschutmaningar ur både miljömässigt och ekonomiskt hållbarhetsperspektiv och omvandlar dessa utmaningar till affärsmöjligheter som ger branschövergripande fördelar och fördelar för flera intressenter. Behovet av sådana innovativa affärsmodeller, som denna som fokuserar på cirkulära innovationer, betonas som avgörande för att **öka mängden avfall/rester som återanvänds och skapar värde och samtidigt minimera restlager och avfall som produceras och släpps ut**. Affärsmodellen exemplifierar nya typer av samarbete, genom en kooperativ plattform som ömsesidigt gynnar säljare, köpare (inklusive nya och mindre företag) och branschen i stort. **Denna strategi kan inspirera andra att identifiera förbättringsområden och att vidta innovativa åtgärder för att förbättra cirkulariteten och minimera textilt avfall**.



## REFERENSER

Dahlbom, M., Aguilar Johansson, I., & Billstein, T. (2023). Sustainable clothing futures - Mapping of textile actors in sorting and recycling of textiles in Europe. From IVL svenska miljöinstitutet: <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:ivl:diva-4152>

REKOTEX. n.d. About REKOTEX. REKOTEX. Hämtad Mars 13, 2025, från <https://www.rekotex.se/en/about-rekotex/>



# SELERA selera



## INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Selera är ett ukrainskt hållbart modevarumärke som grundades 2020 av modestylisten Valeriia Semchuk, som flyttade från Ukraina efter att kriget i Ukraina började. Märket skapar tidlösa, högkvalitativa basplagg genom limiterade kapselkollektioner. Seleras signaturplagg inkluderar överdimensionerade skjortor, kavajer och utskurna klänningar designade för användning året runt. Med fokus på hållbarhet, etisk produktion och miljövänliga material utmanar Selera fast fashion branschen genom att främja slow fashion och medveten konsumtion.

## UTMANINGAR

Selera föddes ur en önskan att bekämpa de miljömässiga och etiska problem orsakade av fast fashion. Ändå stötte varumärket på stora hinder. Att konkurrera med de stora fast fashion-jättarna visade sig vara svårt – deras låga priser, snabba produktionscykler och tunga marknadsföring tenderar att överskugga hållbara alternativ som Selera. Dessutom krävde det betydande resurser i början att konsekvent anskaffa högkvalitativa, miljövänliga material som uppfyllde strikta hållbarhetsstandarder.

## LÖSNING

Selera bekämpade utmaningarna med fast fashion genom smarta lösningar och tydlig kommunikation. Varumärket implementerar effektiva miljöinitiativ: återanvändning av lyxiga restlager för att förhindra avfall, användning av nässel- och hampafibrer med låg miljöpåverkan som sparar vatten, och skapande av plantbaserade biologiskt nedbrytbara etiketter. Genom begränsade kapselkollektioner upprätthåller Selera hållbara produktionsskalor och undviker medvetet massmarknadsöverproduktion samtidigt som de levererar genomtänkta modeval. Genom att öppet dela dessa hållbara val hjälpte Selera kunderna att förstå värdet av etiskt mode och sticka ut från konkurrenterna inom fast fashion branschen.

## RESULTAT

Seleras ansträngningar har lett till betydande framsteg. Genom att använda restlager sparade varumärket cirka 5 000 liter vatten per plagg. Bara under 2022 sparade kunderna tillsammans cirka 1 miljon kubikmeter vatten genom att välja Seleras produkter. Varumärkets avfallsfria produktionsmodell säkerställde minimalt textilavfall, där rester återanvändes till tygkassar och kamouflagenäät.

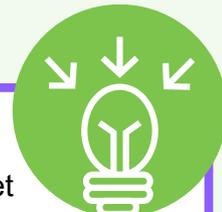
Dess unika filosofi och tillvägagångssätt hjälpte Selera att expandera internationellt och göra hållbart ukrainskt mode tillgängligt i Schweiz, Kanada, Tjeckien med fler. Genom sina kollektioner och marknadsföring främjade Selera framgångsrikt hållbart mode och är idag erkänt som en pionjär inom hållbart mode.





**HÅLLBARHET VÄXER SNABBT I UKRAINA, OCH VÅRA MODE- OCH KREATIVA VARUMÄRKEN VISAR IMPONERANDE RESULTAT SOM VI ALLA KAN VARA STOLTA ÖVER.**

**– VALERIJA SEMCHUK, VD**

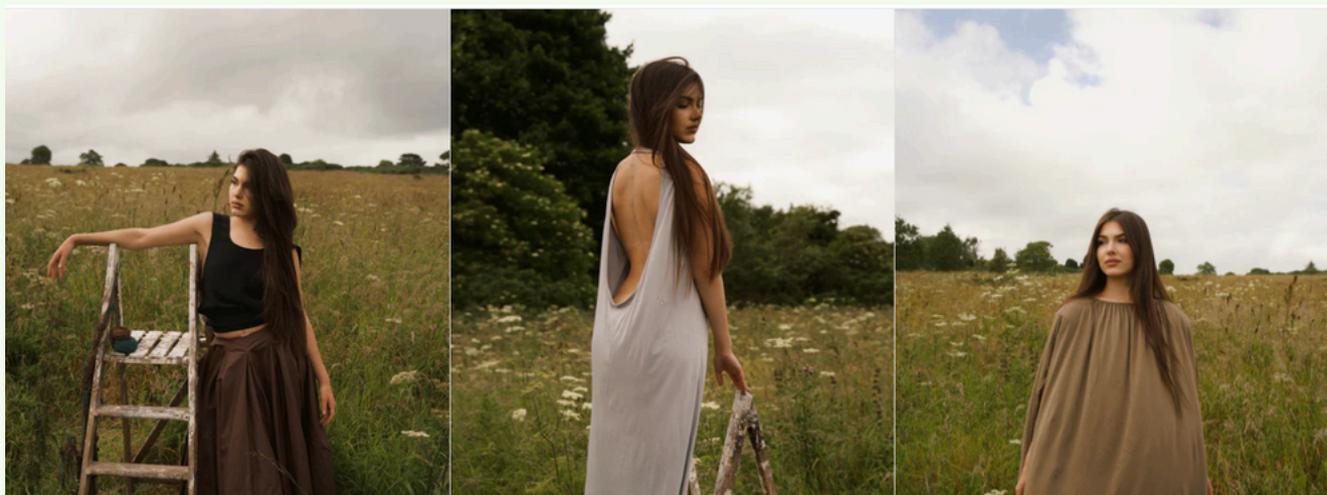


## SLUTSATS

Selera bevisar att hållbart mode inte är en övergående trend – det är framtiden. Varumärket visar hur prioritering av kvalitet, rättvist värde och miljöansvar skapar meningsfull förändring. Denna metod förvandlar plagg till respekterade kreationer samtidigt som planetens resurser skyddas. Modebranschen står inför utmaningar i att förändra tankesätt och praxis, men framsteg kommer genom ihärdiga ansträngningar. Hållbara metoder erbjuder kreativ frihet, djupare kundrelationer och positiv miljöpåverkan. Rörelsen mot ansvarsfullt mode blir starkare för varje dag och bjuder in alla varumärken att delta i denna omvandling.

## REFERENSER

Hållbarhetssamtal: Det ukrainska slow fashion-klädmärket Selera. Marie Claire - damtidning - allt om mode, stjärnor och skönhet. (2024a, 4 oktober). <https://marieclaire.ua/fashion/sustainability-talk-ukrayinskij-slow-fashion-brend-odyagu-selera/>



**Co-funded by  
the European Union**

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

# SOFFA – Social Fashion Factory



## INLEDNING/SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

SOFFA är ett socialt kooperativ som producerar hållbara kläder samtidigt som det främjar etiskt arbets- och miljöansvar. 90 % av deras aktieägarna är flyktingar och arbetslösa greker. Företaget återinvesterar intäkterna i utbildningsprogram för utsatta grupper. SOFFA samarbetar med icke-statliga organisationer, stöder etiska modevarumärken och främjar hållbarhet och inkludering i Grekland och på Cypern.

## UTMANINGAR

Utmaningarna som SOFFA står inför ligger i att säkra finansiering, konkurrera med fast fashion och öka konsumenternas medvetenhet kring etisk produktion. Att skala upp samtidigt som hållbarhet bibehålls, hitta prisvärda miljövänliga material och utbilda marginaliserade arbetare kräver betydande resurser. Regelmässiga komplexiteter ökar även svårigheterna ytterligare, men SOFFA är fortsatt engagerat i att främja en hållbar och inkluderande modebransch.



## LÖSNING

SOFFA tar sig an branschens utmaningar genom etiska produktionsmodeller, strategiska samarbeten med icke-statliga organisationer och återinvesteringar av vinster i utbildningsprogram för marginaliserade grupper. Företaget ökar konsumenternas medvetenhet genom utbildningsworkshops, det använder miljövänliga material och breddar sin kundbas för att upprätthålla ekonomisk motståndskraft. Som en miljövänlig och cirkulär modetillverkningsstudio arbetar de med cirkulära modeprinciper och nollavfallsprocesser, med återvunna, naturliga, veganska och växtbaserade textilier som bidrar till miljöförnyelse.

## RESULTAT

SOFFA har avlett 300 kg textilier från soptippar och stödjer den lokala ekonomin, miljön och den sociala balansen genom sitt samarbete med 50 lokala, slavfria leverantörer som har åtagit sig att förse dem med certifierade hållbara material. Deras engagemang för hållbarhet är tydligt genom deras avfallsfria tillverkningsprocesser och den medvetenhet de ökar i det lokalsamhället.



“

"MODE ÄR ETT INKLUDERANDE KONCEPT DÄR ALLA FÅR VARA MED."

”



## SLUTSATS

SOFFA visar att mode kan vara både etiskt och hållbart, och skapa positiv social påverkan samtidigt som det utmanar branschnormer. Genom att erbjuda rättvisa löner, använda miljövänliga material och erbjuda yrkesutbildning, stärker de marginaliserade grupper och främjar ansvarsfull produktion. Genom starka partnerskap och opinionsbildning ökar SOFFA medvetenheten och bevisar att etiskt mode inte bara är ett ideal utan en hållbar affärsmodell. Trots utmaningar fortsätter deras engagemang för innovation, inkludering och hållbarhet att forma en rättvisare och mer ansvarsfull modebransch.

## REFERENSER

Image, J. @ I. on. (2023). 15 fashion quotes to live by \* I on image \* letters from jenni. I on Image. <https://ionimage.nl/15-fashion-quotes/>  
SOFFA – Social Fashion Factory. Soffa. (2021). <https://soffa.gr/>



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

## Zerolab



### INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Modeindustrin är en viktig pelare i den toskanska och italienska ekonomin, med 22 000 företag som sysselsätter över 120 000 personer och bidrar till 28 % av den totala exporten enbart i Toscana. Bland dess sektorer har lädervaror den största ekonomiska betydelsen och har utvecklats från florentinska hantverksverkstäder till ett nav av moderna fabriker som producerar för både lokala och internationella varumärken. Denna kombination av högt produktionsavfall och specialiserad lokal expertis inspirerade Cassandra Kane och Gabriele Rorandelli att etablera Zerolab, ett kreativt återhämtningsnav som är dedikerat till att minska avfall och bevara hantverk samtidigt som det främjar tillväxt av småföretag och skapar ekonomiska möjligheter i området.

### UTMANINGAR

Lädervarusektorn producerar stora mängder avfall, främst spill och restprodukter, vilket skapar betydande miljö- och avfallsproblem. Dessutom är Florens hantverkstradition hotad, eftersom småföretag kämpar för att överleva i en bransch som domineras av storskalig produktion. Utan ingripande riskerar både värdefulla material och århundraden gammalt hantverk att gå förlorade.



### LÖSNING

För att ta itu med detta etablerade Cassandra Kane och Gabriele Rorandelli det första kreativa återvinningscentret i Scandiccis läderdistrikt, som tillhandahåller ett utbildningscenter och en inkubator för nya designers. Centret återanvänder läderrester genom upcycling och hantverksmässigt hantverk, och förvandlar avfall till nya produkter av högt värde. Det fungerar också som en marknadsplats som gör det möjligt för designers och hantverkare att köpa och sälja återvunnet material, vilket förhindrar att det deponeras eller förbränns. ZeroLab använder huvudsakligen kemiskt garvat modeläder som klassificeras som industriavfall i Italien, vilket innebär att varumärken måste betala för att göra sig av med det. Istället samarbetar ZeroLab med varumärken som har sin egen produktion för att omklassificera resterna som en delprodukt, vilket säkerställer att de återanvänds snarare än kasseras. För att stödja denna cirkulära modell köper ZeroLab dessa rester till ett symboliskt pris, vilket ger dem ett nytt liv. Detta initiativ främjar hållbarhet, stöder lokala hantverkare och stärker Florens läderarv.

### RESULTAT

Från 2022 till 2023 expanderade ZeroLab till nio teammedlemmar, samarbetade med 12 lokala hantverkare och engagerade 70 designers i sin designstudio. Initiativet återvann 4 000 kg läder under denna period, vilket sparade totalt 1 000 m<sup>2</sup> material – motsvarande 10 ton avfall. Det genererade också ett värde på 100 000 euro och utbildade 500 deltagare genom workshops om hållbart mode, upcycling och ansvarsfull design.





VI KAN BARA HOPPAS KUNNA BIDRA TILL ATT GÖRA BRANSCHEN MER CIRKULÄR OCH HÅLLBAR ETT STEG I TAGET, OCH VI BÖRJAR HÄR.

— CASSANDRA KANE, ZEROLABS MEDGRUNDARE



Bild från [www.zerolabfirenze.it](http://www.zerolabfirenze.it)

## SLUTSATS

Zerolab ligger i Scandicci, strax utanför Florens, Italien, där läderproduktion och dess efterföljande avfall är utbrett. Denna laboratoriemodell kan kopieras på andra platser och i olika typer av industrier med andra materialavfall. Den kan samtidigt arbeta för att återanvända kasserat material som blir kvar från produktionsprocessen, samtidigt som den främjar småföretag och bevarar hantverksskicklighet i lokala regioner, vilket ger ekonomiska, sociokulturella och miljömässiga fördelar för lokala områden.



## REFERENSER

Korey, A. (2022, July 14). Cassandra Kane: Recycling Leather. The Florentine. <https://www.theflorentine.net/2022/07/12/cassandra-kane-zerolab-scandicci/>

Su di noi. Zerolab. (2024, June 3). <https://zerolabfirenze.it/su-di-noi/>

Upcycling. Zerolab. (2024b, October 15). <https://zerolabfirenze.it/upcycling/>

Zerolab. (2024b). (rep.). Un Anno Dopo Report annuale di sostenibilità. Retrieved from <https://zerolabfirenze.it/wp-content/uploads/2024/06/Report-Annuale-recopel.pdf>.



Co-funded by  
the European Union

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.



## 4sustainability®

Bildkälla: <https://www.4sustainability.it/evento-4sustainability-2024/>

### INLEDNING / SAMMANFATTNING AV FALLSTUDIEN

Francesca Rulli är en ledande aktör inom hållbarhet och bevisar att kvinnligt ledarskap kan driva miljöomvandling i branscher som är motståndskraftiga mot förändring. Hon grundade 4sustainability®, ett ramverk som hjälper mode- och lyxvarumärken att implementera och mäta hållbarhetspraxis. Genom sitt arbete har Rulli hjälpt företag att gå från greenwashing till konkreta, vetenskapsbaserade hållbarhetsförbättringar.

### UTMANINGAR

Modebranschen står inför betydande utmaningar, inklusive höga föroreningar, bristande transparens och ökad press från regelverk. Många varumärken kämpar med att spåra och minska sin miljöpåverkan, vilket gör det svårt att övergå till hållbara affärsmodeller. Dessutom kräver konsumenter trovärdiga hållbarhetsinsatser, men företag saknar ofta verktygen för att genomföra verklig förändring.



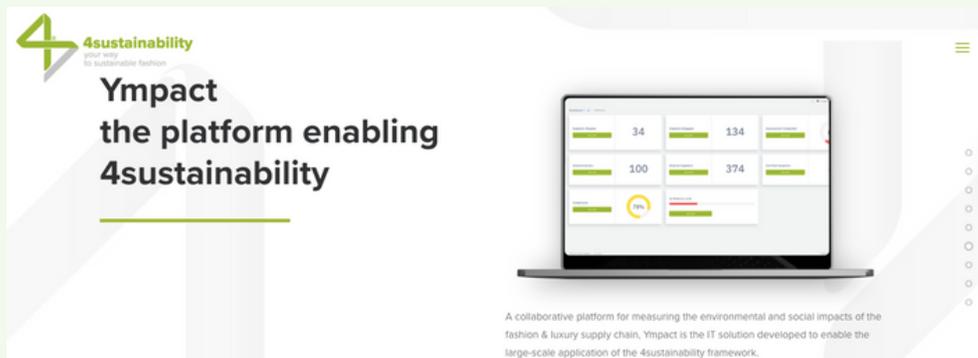
### LÖSNING

Rulli utvecklade 4sustainability®, ett system som säkerställer hållbarhetsefterlevnad inom sex nyckelområden: kemikaliehantering, hållbara material, återvinning, etiska arbetsmetoder, minskad miljöpåverkan och cirkulära produktionscykler. Med hjälp av en digital plattform (Ympact) gör ramverket det möjligt för varumärken att övervaka och rapportera hållbarhetsframsteg transparent, vilket uppfyller både konsumenternas förväntningar och myndighetskrav.

### RESULTAT

Över 302 företag har anammat 4sustainability®, vilket avsevärt minskat deras miljöavtryck samtidigt som det förbättrar både transparens och trovärdighet. Systemet har hjälpt företag att eliminera farliga kemikalier, integrera cirkulär ekonomi och följa globala hållbarhetsstandarder. Från och med 2022 hade 200 företag i den italienska leveranskedjan påbörjat 4sustainabilitys 4s CHEM-implementering, vilket involverade över 3 500 entreprenörer runt om i världen (Santini, 2002). Rullis ledarskap har inte bara förändrat företagets hållbarhet utan har också inspirerat fler kvinnor att leda hållbarhetsinitiativ över hela världen.





**MODEVÄRLDEN, SOM JAG KÄNNER MIG SOM EN AKTIV OCH MEDVETEN DEL AV, BEHÖVER FÖRÄNDRAS, ETIK BEHÖVS INTEGRERAS I AFFÄRSVERKSAMHETEN SAMT SKYDD AV MILJÖN OCH MÄNNISKORNA I VINSTEN. DETTA GÄLLER ÄNNU MER PÅ EN MARKNAD SOM ÄR ALLTMER KRÄVANDE NÄR DET GÄLLER RISKHANTERING, FÖRTROENDEBYGGANDE OCH RYKTESKYDD.**

**— FRANCESCA RULLI, GRUNDARE OCH VD FÖR PROCESS FACTORY OCH GRUNDARE AV 4SUSTAINABILITY®**



## SLUTSATS

4sustainability® har bevisat att strukturerade hållbarhetssystem kan driva verklig branschförändring. Dess överförbara potential ligger i dess modulära, mätbara tillvägagångssätt, som kan anpassas till andra branscher som står inför transparens- och miljöutmaningar, såsom elektronik, fordonsindustrin och livsmedelsproduktion. Företag inom olika sektorer kan replikera denna modell genom att anta datadrivna hållbarhetsramverk och integrera digitala verktyg för övervakning och rapportering.



## REFERENSER

Santini, B. (2020, June 29). Recommencing with new business models. 4sustainability. <https://www.4sustainability.it/en/recommencing-with-new-business-models/>

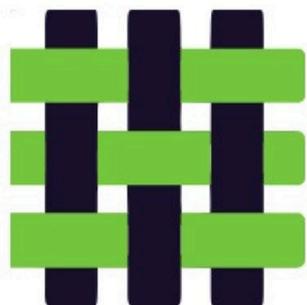
Santini, B. (2022b, June 21). ZDHC impact day 2022: 4sustainability, a success story. 4sustainability. <https://www.4sustainability.it/en/zdhc-impact-day-2022-4sustainability-a-success-story/>

4sustainability the process factory mark for Sustainable Fashion. 4sustainability. (2022, November 17). <https://www.4sustainability.it/en/4-sustainability/>



**Co-funded by  
the European Union**

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.



**W4TEXTEX**  
women 4 textile



THE SWEDISH SCHOOL  
OF TEXTILES  
UNIVERSITY OF BORÅS

**civitta**



**Cámara**  
Official Spanish Chamber of Commerce  
in Belgium and Luxembourg

KAINOTOMIA



**LOTTOZERO**



Detta verk är licensierat under en Creative Commons Erkännande-IckeKommersiell-DelaLika 4.0 Internationell Licens (CC BY-NC-SA 4.0).



**Co-funded by  
the European Union**

Finansiering sker av Europeiska unionen. De åsikter och uppfattningar som uttrycks är dock endast författarnas/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (EACEA). Varken Europeiska unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.