

Ecoalf: 'Perceptie rondom hergebruik kun je veranderen door mond-tot-mondreclame'

06-06-2019 09:27



Het Spaanse Ecoalf maakt kleding van gerecycled afval. Om klanten die producten te laten kopen is een verandering van klantperceptie nodig, stelt oprichter Javier Goyeneche. "Consumenten die de producten kopen en dragen zijn ons belangrijkste middel", vertelt Goyeneche in het juninummer van RetailTrends.

Veel consumenten hebben bij hergebruik de associatie dat de producten van slechte kwaliteit zijn en een beetje viezig. "Alsof je een rugzak maakt uit een oude handdoek van je oma." Bovendien klinkt het in de oren van de consument onlogisch om driehonderd euro te betalen voor een jas gemaakt van gerecyclede petflessen.

"Het kost tijd", zegt Goyeneche, "maar er begint iets te veranderen." Die verandering komt onder meer door duurzame capsulecollecties van bijvoorbeeld H&M (de Conscious Collectie). "Uiteindelijk zijn die slechts goed voor zo'n vijf procent van hun verkopen, maar het levert veel aandacht op."

Om duurzaamheid te kunnen opschalen is volgens Goyeneche het oude businessmodel voor kledingproductie aan een circulair model toe. "We kunnen niet blijven leven alsof er ergens een reserveplaneet is waar we heen kunnen als deze uitgeput is. We hebben een nieuwe generatie merken nodig die laat zien dat je op een andere manier kunt werken, nog steeds een goed product kunt creëren én geld kunt verdienen voor je

aandeelhouders."

Lees het complete interview met Goyeneche in [RetailTrends 6](#). Hij is bovendien een van de sprekers op het Retail & Brands Festival op 12 september in de Rijtuigenloods in Amersfoort. Andere sprekers zijn onder meer Rumag, The Avocado Show en HEMA. Bestel je kaarten nu [hier](#) of klik [hier](#) voor meer informatie.