Hoe Ecoalf de aarde wil redden (en zichzelf onder druk zet)

01-08-2019 14:15



Slippers van afgedankte autobanden, een jas van petflessen opgevist uit de Middellandse zee. Het Spaanse Ecoalf pioniert sinds 2009 met fashionitems die volledig van gerecycled vuilnis gemaakt zijn. Complex? Zeker. Maar het moeilijkst is misschien nog wel het veranderen van de klantperceptie, merkt oprichter Javier Goyeneche. “Veel mensen denken bij recycling nog altijd dat je een rugtas maakt uit de oude handdoek van je oma.”

Ecoalf verzet zich tegen de hoeveelheid afval, maar accepteert tegelijkertijd dat het er altijd zal zijn, aldus jullie manifest Tras(h)umanity. Leg eens uit.

“In 2050 zijn we naar verwachting met tien miljard mensen. De mensheid zal altijd afval produceren en als we niets veranderen aan de manier waarop we daarmee omgaan, zal de hoeveelheid alleen maar toenemen. Ik zie twee mogelijkheden. Je kunt doen alsof er niets aan de hand is en doorgaan met rommel verbranden, begraven of op vuilnisbelten storten. Of je ziet het als de natuurlijke hulpbron die het van oorsprong is en probeert het merendeel daarvan te gebruiken. Ecoalf werkt vanuit drie principes: innovatie en technologie, duurzaamheid en design. Dat laatste is cruciaal. Er zijn maar weinig consumenten die een lelijke jas kopen die beroerd zit, maar wel van gerecycled materiaal is. We zijn een modemerk, het product staat op de eerste plek.”

Voor die producten recyclet Ecoalf katoen- en wolrestanten van fabrikanten, maar ook afval van stortplaatsen en uit de oceaan. Die laatste is zo ongeveer de moeilijkste plek om aan je materiaal te komen.
“Klopt. Het begon allemaal toen een visser me in 2015 uitnodigde om een dag mee te varen. ‘Je moet eens zien wat voor troep we allemaal opvissen’, zei hij. En dat is waar. Elke keer als hij zijn net binnenhaalde, zat er mix in van bende en vis. Via hem lukte het een container op het dek van drie boten te krijgen, waar de vissers de bijvangst in stopten in plaats van het terug te gooien. Dat betekende de start van het Upcycling the oceans-project. Toen we begonnen, had ik geen idee of het zou lukken om er garen van te maken. Desondanks reisde ik een jaar lang alle havens af om de vissers uit te nodigen voor een biertje en hen te vertellen over mijn idee. Inmiddels doen er meer dan drieduizend vissers in Spanje mee. Dat moeten er uiteindelijk meer dan twintigduizend worden, verspreid over het hele Middellandse zeegebied. Daarnaast hebben we een samenwerking met de regering en vissers in onder andere Thailand om het project daar op te zetten.”

Wat betekent het voor de kwaliteit als een stof uit materiaal komt dat jarenlang in het zoute zeewater heeft gelegen?
“De kwaliteit van het garen hangt af van de kwaliteit van het polymeer (de moleculen waaruit materiaal is opgebouwd, red.). Jammer genoeg is troep uit de oceaan erger vervuild dan wat op een vuilnisbelt ligt. Een fles op het land wordt binnen zo’n twee maanden verwerkt tot iets nieuws, maar in de oceaan ligt het jarenlang op de bodem. Het materiaal is dus in een veel slechtere staat. Daarom mixen we het met gerecycled polymeer van landafval. Met de verhouding van zestig om veertig krijgen we garen van de kwaliteit die we zoeken.”

Het opgeviste vuil wordt lokaal verwerkt tot een product. Het klinkt vrij inefficiënt om overal een aparte supplychain op te zetten.
“Het maakt het proces inderdaad extra ingewikkeld. We hebben echter besloten om het materiaal niet te verplaatsen, omdat dat niet erg duurzaam is. Met deze aanpak ontstaat daarnaast lokaal draagvlak en werkgelegenheid en dat ligt in lijn met onze filosofie.”

Wat doet dat met de winstgevendheid?
“Het helpt niet mee. Kijk, het is veel eenvoudiger en financieel aantrekkelijker om naar een show te gaan en stoffen te kopen. Wij beginnen de productie met hergebruikt materiaal om daar vervolgens mode uit te maken. Dat is kapitaalintensief en legt financiële druk op het bedrijf. Bovendien heb ik vanaf het begin gezegd dat Ecoalf geen duur merk moet worden. Ik wil niet dat de prijs voor mensen een reden is om een niet-duurzaam product te kopen. Onze marges zijn daarom heel krap.”

Hoe moeilijk is het om de perceptie rondom hergebruik te veranderen?
“Slechte kwaliteit en een beetje viezig, dat is de associatie van veel mensen bij hergebruikte producten. Alsof je een rugzak maakt uit een oude handdoek van je oma. Consumenten zeggen soms: ‘Waarom zou ik driehonderd euro betalen voor een jas die gemaakt is uit plastic flesjes?’ Zeker in het begin moest ik steeds uitleggen dat wij staan voor innovatie, technologie en het creëren van hergebruikte producten die zo goed zijn dat je niet weet dat ze gerecycled zijn, tenzij ik je dat vertel. De enige manier om de perceptie te veranderen is mond-tot-mondreclame. Consumenten die de producten kopen en dragen zijn ons belangrijkste middel. Het kost tijd, maar er begint iets te veranderen.”

Bron: RetailTrends 6

Retail & Brands Festival
Dit is een deel van het interview dat in het juninummer van RetailTrends is gepubliceerd. Javier Goyeneche is een van de sprekers op het Retail & Brands Festival, op 12 september plaatsvindt in Amersfoort. Andere sprekers zijn onder meer HEMA-ceo Tjeerd Jegen, Leen Bakker, 100% Football en Marley Spoon. Kijk voor meer informatie en tickets op de website van het event.

Reinilde van Ekris