

Tervetuloa Paimion muotiviikolle!

Löydät meidät somesta:

 @paimionkaupunki

 @paimionmuotiviikko

Interreg



Co-funded by
the European Union

Central Baltic Programme

Baltic2Hand

Miten tekstiilien uudelleenkäyttö
edistää kiertotalouteen
siirtymistä?

baltic2hand

**LAU
REA**

AMMATTIKORKEAKOULU
University of Applied Sciences



Sustainability
InnoCenter

TALLINN
CREATIVE INCUBATOR

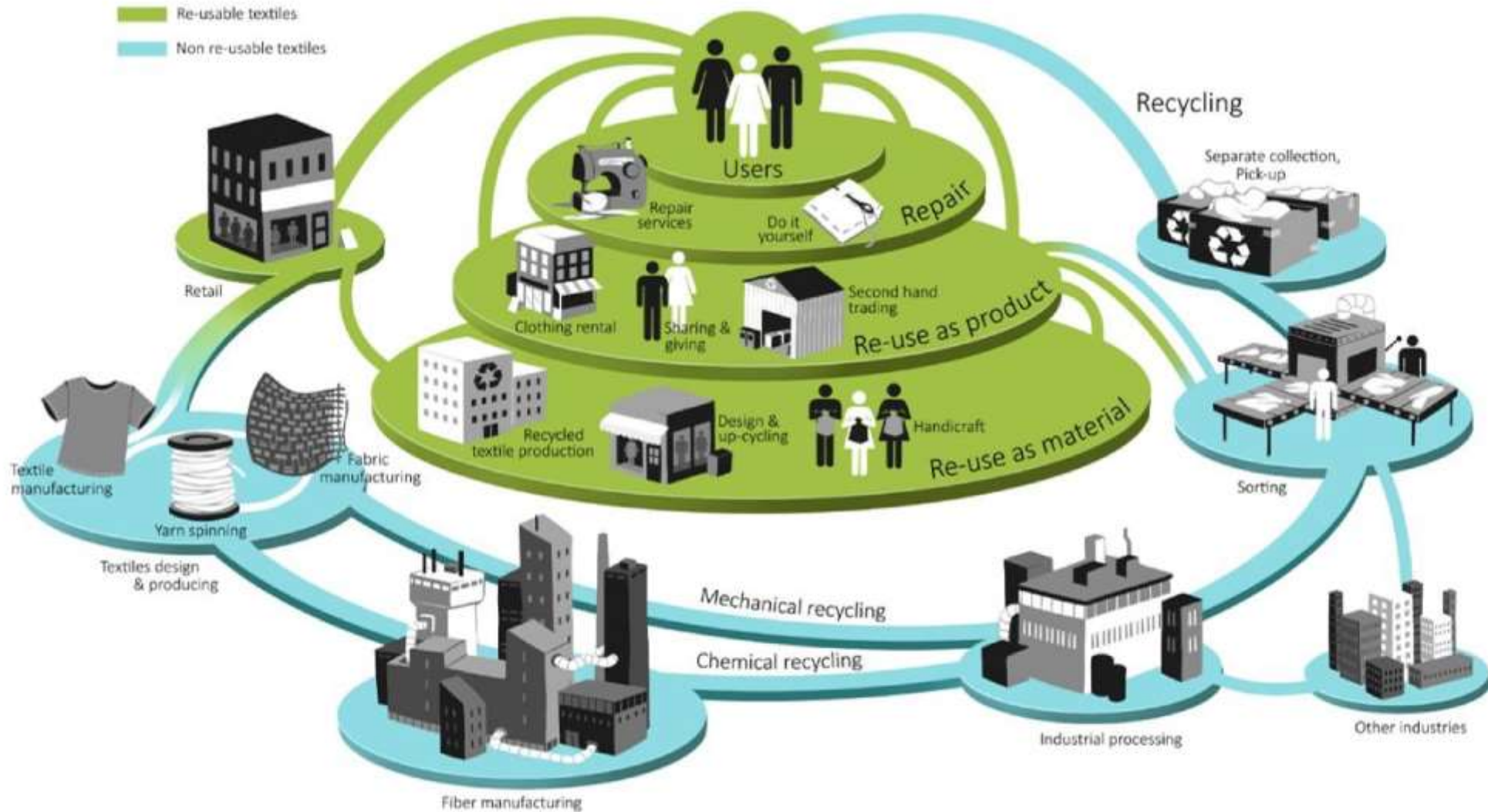
TURKU AMK
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



Kysymys yleisölle

Kuinka monella on nyt päällä vaate, jonka ensimmäinen omistaja ei ole. Eli ostanut tai saanut vaatteen käytettynä?

Tekstiilien kiertotalousekosysteemi



Model of circular economy of textile including products (green) and material cycles (blue). (Fontell & Heikkilä, 2017)

Disclaimer

- Ongelma ei ole yksittäinen tuote vaan massa.
- Ainoastaan tuotantoa rajoittamalla voidaan saada aikaan kestävämpi tulevaisuus.
- Erilaisilla liiketoimintamalleilla ei ole merkitystä, jos tuotteita ei aleta suunnitella kestäviksi.

Kysymys yleisölle

Oletko laskenut montako
vaatekappaletta omistat?

Interreg



Co-funded by
the European Union

Central Baltic Programme

baltic2hand

LAU
REA

AMMATTIKORKEAKOULU
University of Applied Sciences



Sustainability
InnoCenter

TALLINN
CREATIVE INCUBATOR

TURKU AMK
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



Tekstiilien uudelleenkäytön hyödyt ympäristön näkökulmasta

- Uusien vaatteiden hankkimisen vähentäminen laskee tekstiiliteollisuuden ilmastopäästöjä kaikkein tehokkaimmin.



Tekstiilien uudelleenkäytön hyödyt ympäristön näkökulmasta

- Kulutuksen vähentämisen jälkeen paras keino vähentää tekstiiliteollisuuden päästöjä on uudelleenkäyttö.
- Tämän toteutumiseksi tulee kuitenkin huomioida erilaisten muuttujien joukko (sis. kuljetus, varastointi, energiamuoto- ja käyttö yms.)

Levänen, Uusitalo, Härri, Kareinen, & Linnanen 2021. Innovative recycling or extended use? Comparing the global warming potential of different ownership and end-of-life scenarios for textiles. *Environ. Res. Lett.* 16 (2021) 054069.

Raitala & Hokkanen 2023. Kiertotalousmallien ympäristövaikutukset – pari muuttujaa. *Telavalue*.

Tekstiilien uudelleenkäytön hyödyt ympäristön näkökulmasta

- Tuotteen käyttöiän kaksinkertaistaminen vähentää tutkimusten mukaan päästöjä.
- Laadukkaat vähemmällä käytöllä olevilla vaatteilla on pidempi käyttöaika kuin päivittäin käytössä olevilla (halvemmillä) perusvaatekappaleilla.

Uutena ja käytettynä hankitun mekon hiilijalanjälki

Uusi

Käytetty

7.6	Materiaali	N/A
0.7	Tuotanto	N/A
0.8	Kuljetus	2
2.1	Käyttö	1.4
0.4	Käytöstä poistaminen	0.4
11.6 kg	Yhteensä	3.8 kg



Uutena ja käytettynä hankitun mekon hiilijalanjälki

- Uudelleenmyynti on merkittävä strategia 'premium'-vaatteille ja ulkoilubrändeille kohti hiilineutraalimpaa tuotantoa.
- Tuotteen arvo on suoraan verrannollinen päästöjen laskemiseen – tuotteet, joilla kysyntää käytettynä on korkeampi arvo ja siten suurempi potentiaali olla vähentämässä yrityksen päästöjä.
- Päästöjen optimointi onnistuu parhaiten, kun brändillä on uudelleenmyynti omassa kontrollissa (koska käytetyn tuotteen jalanjälki pienempi kuin uuden ja vähentää uudelleenmyyjän jalanjälkeä).



Tekstiilien uudelleenkäytön hyödyt sosiaalisesta näkökulmasta

- Kulutuksen demokratisoituminen (laadukasta edullisesti).
- Saavutettavuus (alustat, kivijalkaliikkeet, toisaalta eri koot ja tarjonnan kohtaaminen kysynnän kanssa).
- Lokaali vs. globaali arvoketju (uudelleenkäyttö lokaalisti, tällä hetkellä noin 70 % lähetetään ulkomaille). Vähemmän kuljetuksia ja välikäsiä. Taloudellinen hyöty niin tulojen kuin työpaikkojen suhteen lokaalisti.



Tekstiilien uudelleenkäytön hyödyt sosiaalisesta näkökulmasta

Replacement
rate esim. 39 %

- Uudelleenkäyttö vaihtoehtona uuden ostamiselle vs. kulutuksen kiihtyminen. Korvaako käytetyn tuotteen ostaminen uuden ostamista?
 - Ei ole tutkimusta, joka sanoo, että kun ostaa paljon käytettyä kuluttaa kokonaisuudessa vähemmän.
 - Korvaavuus vain 2,5 % kohdalla määrittävä tekijä hankkia uutta.
 - Korvaavan tuotteen hankkiminen ei siis aja ihmisiä ostamaan.
 - Määrän vähentäminen tässäkin avain.



Tekstiilien uudelleenkäytön hyödyt sosiaalisesta näkökulmasta

- Pienemmät materiaalikustannukset, paremmat kilpailuedut, enemmän voittoa, kun samaa tuotetta ei valmisteta useaan kertaan.
- Lisäkuluja: lisäpalvelut, kuten huolto ja kuljetukset → voivat tuottaa myös lisätuloja ja työllisyyttä tekstiilin elinkaaren aikana, lisätuloja myös takaisinottopalvelusta, jonka kautta voidaan myydä uudelleen brändin käytettyjä tuotteita.
- Kuluttajille uudelleenkäyttö on usein lompakkoystävällinen valinta, etenkin laadukkaiden ja uutena kalliiden brändien hankkimisessa. Taloudellisuus ja lisätienestit on tärkeä vetovoimatekijä tekstiilien uudelleenkäytössä.

Bocken, Gold & Lukede-Freund. 2018. A Review and Typology of Circular Economy Business Model Patterns. Yale University.

Gurova & Joro. 2024. Baltic2Hand.

Global Data & Thredup. 2024. Resale report.



Kohti uudelleenkäyttöä

- Ensimmäisen kerran jälkeen suurin osa (80 %) palaa käytettyjen vaatteiden pariin.
- Tuttuus houkuttaa muutenkin tiettyjen tuotteiden, merkkien ja liikkeiden pariin.
- Helppous ja houkuttelevuus kiinnostavat.
- Sosiaalisella ympäristöllä on merkitystä.
- Käytetyn markkinointi uuden vierellä.
- Taloudellisesta säästöstä ei ole ainakaan haittaa.

Kysymys yleisölle?

Oletko koettanut vaikuttaa muiden kulutukseen? Esim. Kulutuksen kestävyyskeskustelut, somepostaukset, oma positiivinen esimerkki jne

Interreg



Co-funded by
the European Union

Central Baltic Programme

baltic2hand

LAU
REA

AMMATTIKORKEAKOULU
University of Applied Sciences



Sustainability
InnoCenter

TALLINN
CREATIVE INCUBATOR

TURKU AMK
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



Baltic2Hand edistää tekstiilien uudelleenkäyttöä ja vähentää tekstiilijätettä luomalla uusia liiketoimintamalleja käytettyjen vaatteiden toimijoille.

Kiitos!

Interreg



Co-funded by
the European Union

Central Baltic Programme

baltic2hand

LAU
REA

AMMATTIKORKEAKOULU
University of Applied Sciences



Sustainability
InnoCenter

TALLINN
CREATIVE INCUBATOR

TURKU AMK
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES





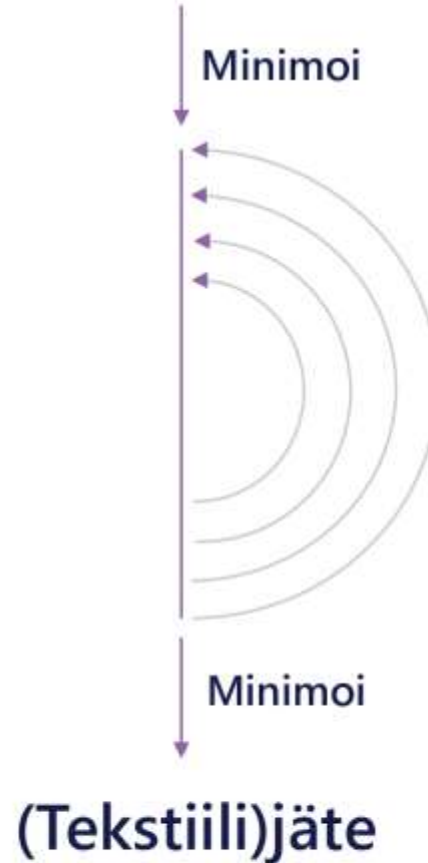
Systemisesti fiksu tekstiilimuodin kiertotalous

Professori Minna Halme
Paimion Muotiviikot 27.9.2024

Mitä kiertotaloudella tavoitellaan?

Luonnonresurssien käyttö

(Vaatteet ja tekstiili)materiaalit pysyvät pitkään käytössä

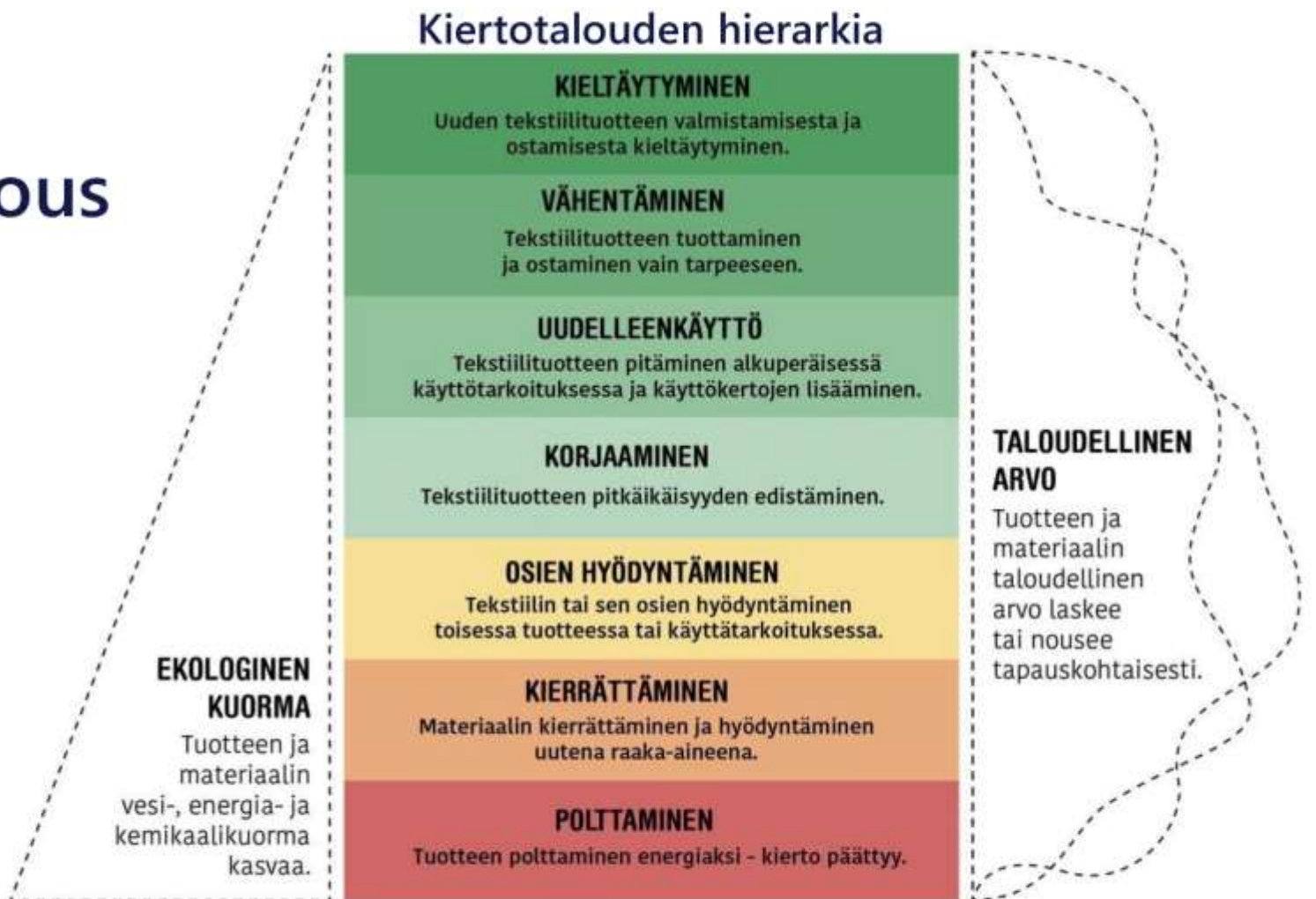


Maksimoidaan luonnosta tuotannon ja kulutuksen systeemiin otettujen resurssien arvon säilyminen

On parempaa ja huonompaa kiertotaloutta

Kierrätys ≠ kiertotalous

- Kiertotalous-hypessä kaikki tuotteiden tai materiaalien kiertämiseen viittaava toiminta näyttäytyy hyvänä
- Eri kiertotalouden ratkaisut kuitenkin säilyttävät taloudellista ja ekologista arvoa varsin eri tavoin.



Liiketoimintamalleja

- On-demand liiketoimintamallit
- Jakamisen & peräkkäisen käytön liiketoimintamallit
- Second hand liiketoimintamallit (kirpputorien edistyneet mallit; logistiikan ja digitaalisten ratkaisujen mallit; brändätty 2nd hand)
- Ylläpito- ja korjauspalvelut (uudet mallit tekevät käyttäjälle helpoksi)
- Vaatteiden suunnittelu kiertotalouteen

EKOLOGINEN KUORMA
 Tuotteen ja materiaalien vesi-energia- ja kemikaalikuorma kasvaa



concept on-demand

Anna Ruuhonen
 ANNA RUOHONEN

MUD JEANS

nin yes

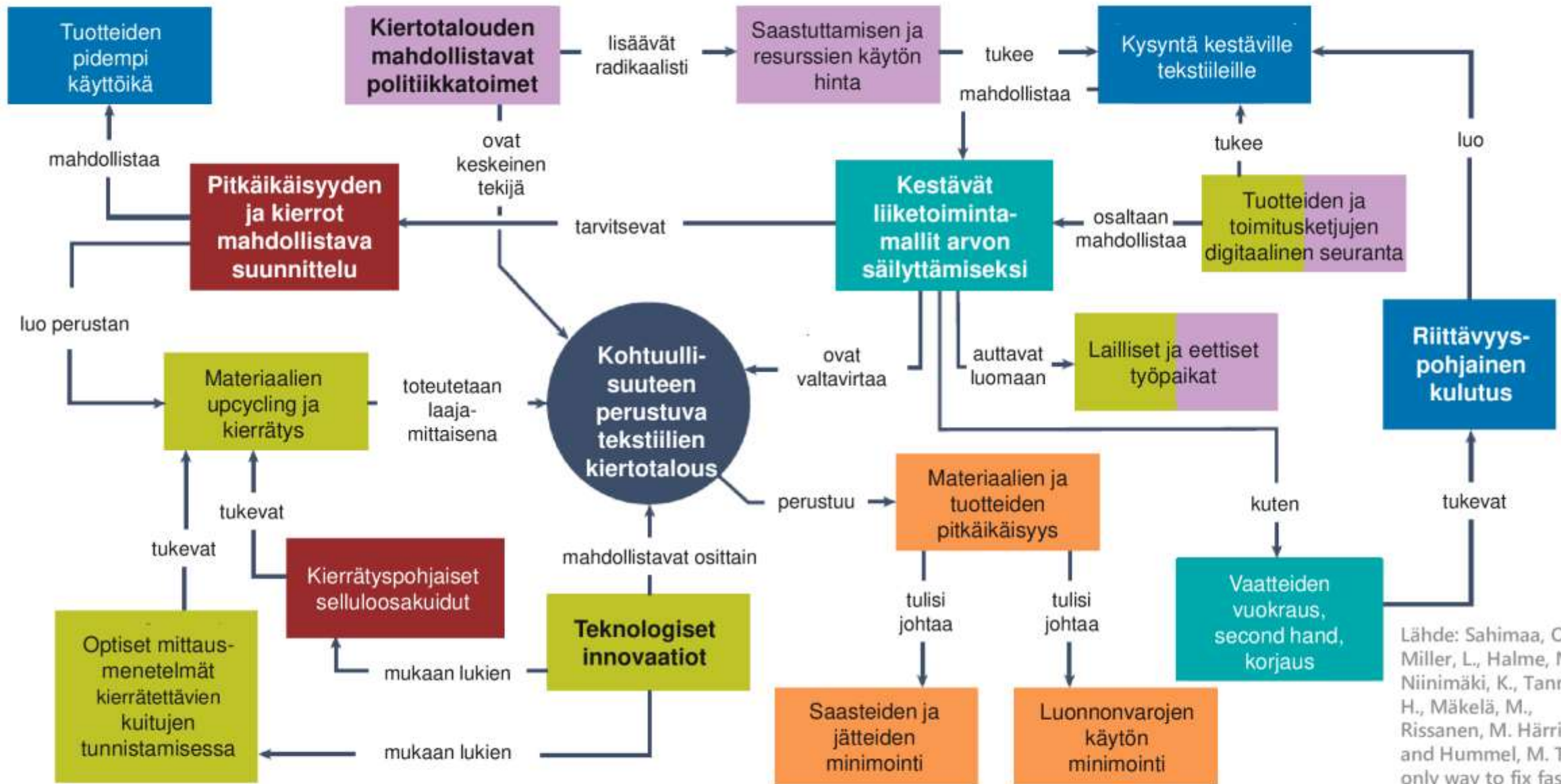
TALOUDELLINEN ARVO
 Tuotteen ja materiaalien taloudellinen arvo vaihtelee tapauskohtaisesti

Menddie

WORN WEAR
 patagonia

Kiertotalouden hierarkian yläosa tuo enemmän mahdollisuuksia Suomelle ja Euroopalle

- Kiertotalouden toteuttamiseen ensisijaisesti materiaalikierrätyksellä ei ole riittävästi teollisia laitoksia. Vaatisi isoja investointeja. Ei riittävästi pääomia.
- Tuotteiden ja materiaalien nopealla “downcycling”-tyyppisellä materiaalikierrätyksellä menetetään arvoa, jonka säilymisestä käytössä voisi tehdä liiketoimintaa Euroopassa.
 - Ratkaisut ja palvelut tuotteiden käytön “fleet managementiin”. Digitaaliset ja logistiikkapalvelut.
 - Huolto- ja ylläpitopalvelut
 - Esimerkkejä: Koneen liikevaihdosta pääosa tulee huolto- ja korjaustoiminnasta; European Textile Service Association (ETSA) eli tekstiilipalveluiden liiketoiminta kuten Lindström.
- Kiertotalouden hierarkian yläosan liiketoimintamalleissa tarvitaan palvelua ja digitaalisia ratkaisuja. Näitä osaamisia Euroopassa on ja niitä voidaan innovoida, koska on innovaatiokyvykkyyttä.



Lähde: Sahimaa, O., Miller, L., Halme, M., Niinimäki, K., Tanner, H., Mäkelä, M., Rissanen, M. Härrä, A. and Hummel, M. The only way to fix fast fashion is to end it. *Nature Reviews Earth & Environment* 4, 137–138. <https://doi.org/10.1038/s43017-023-00398-w>.

- Tuoteominaisuudet
- Kuluttajat
- Liiketoimintamallit
- Toimialan käytänteet
- Regulaatio
- Systemivaikutukset

TULEVAISUUDEN KESTÄVÄ TEKSTIILISYSTEEMI

KERÄYS & LAJITTELU

Uusi lainsaadanto sekä tekstiilien kuvantamis, tunnistus- ja jäljitettävyysteknologiat mahdollistavat laajamittaisen ja laadukkaan tekstiilin keräyksen sekä lajittelun. Lajittelussa huomioidaan seuraavien vaiheiden tarpeet.

KÄYTTÖ

Käyttäjät suosivat tuotteiden pitkäikäisyyttä ja uuden ostaminen vähenee. Käyttäjillä on monia mahdollisuuksia korjata tai jakaa tuote. Tuotteilla on arvoa jälkimarkkinoilla, esimerkiksi jälleenmyynnissä ja takaisin-ostopalveluissa. Elinkaaren lopussa käyttäjän on helppo kierrättää tuote.

MYynti

Uusilla, esimerkiksi vuokraukseen ja jakamiseen perustuvilla liiketoimintamalleilla on merkittävä markkinaosuus. Ostaja saa tarkkaa tietoa tuotteiden raaka-aineen alkuperästä ja valmistuksen eri vaiheista.

TEKSTIILIMATERIAALIN VALMISTUS

Kierrätetty materiaali hyödynnetään tehokkaasti. Uudet kuitujen ja kankaiden valmistusmenetelmät kuormittavat ympäristöä mahdollisimman vähän. Neitseellisiä materiaaleja käytetään kohtuullisesti ja vastuullisesti. Luonnonkuitujen ja synteettisten tekokuitujen rinnalla käytetään puun tai kierrätettyjen tekstiilien selluloosasta valmistettuja muuntokuituja.

SUUNNITTELU

Tuotteiden suunnittelu tahtaa pitkäikäisyyteen ja materiaalien kierratettavuuteen. Suunnittelijat koulutetaan kiertotalouden mukaiseen tuote-suunnitteluun. Suunnittelija on mukana jo kuidun tekovaiheessa ja yhteistyö teknisen asiantuntijan kanssa edesauttaa optimoimaan kuidun, tekstiilin ja vaateen valmistusta.

TUOTTEEN VALMISTUS

Tekstiilituotteen valmistaminen laadukkaasti on kannattavaa liiketoimintaa. Valmistuksessa sosiaalinen kestävyys on varmistettu ja ympäristövaikutukset ovat saadeltuja ja hinnoiteltuja.



Kiertotalous liittyy myös huoltovarmuuteen ja työllistävyyteen paikallistaloudessa Suomessa ja Euroopassa

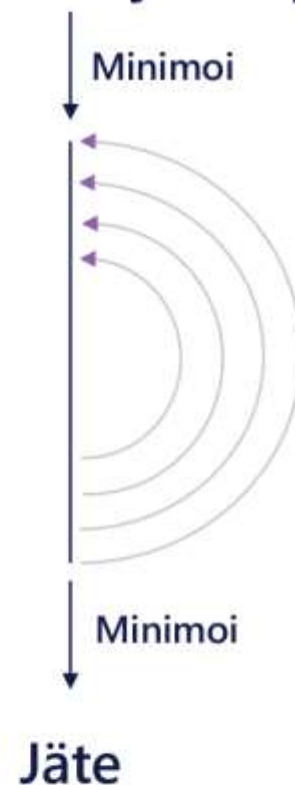
Huoltovarmuutta ja työllisyyttä edistävä kiertotalous

- Euroopassa on paljon rakennus-, kone- & laitekantaa, tekstiilejä ja muita materiaaleja. Näiden ylläpitäminen vähentää riippuvuuttamme muista valtioista globaalin epävarmuuden tilanteessa.
- Tuotteiden ja materiaalien ylläpitoon ja maksimaaliseen hyödyntämiseen perustuva liiketoiminta tuo työtä paikallisesti – paikallistalous elpyy, kun euro pysyy kotona kauemman.
- Kiertotalouden strategiat pitää implementoidaan edistämään liiketoimintaa, joka pitää tuotteita ja niiden osia käytössä kauan eikä ensisijaisesti auta kierrättämään nopeasti
- Innovointi yrityksissä!
- Teknologinen osaaminen on tärkeää, mutta ylikorostuu suomalaisessa arvomaailmassa. Palveluiden ja uusien palveluita sisältävien liiketoimintamallien kehittämistä ei arvosteta tarpeeksi -> Palveluiden (ammattitaidon) arvostaminen
- Verot, taloudelliset kannustimet, julkiset hankinnat

Lopuksi

- Kieltäytyminen, vähentäminen, uudelleenkäyttö, korjaaminen, osien hyödyntäminen ja kierrättäminen ovat konkreettisia keinoja luonnonvarojen käytön ja jätteen määrän minimoimiseen sekä tuotteiden ja materiaalien ekologisen arvon säilyttämiseen.
- Systeminen muutos kiertotalouteen toimintamallien uudistamista useilla osa-alueilla: tuotesuunnittelussa, tuotannossa, liiketoimintamalleissa, kulutuksessa, politiikkatoimissa, teknologioissa jne.
- Uudentyyppisen kestävän kiertotalouden on perustuttava radikaalisti entistä tehokkaampaan materiaalien ja tuotteiden ekologisen arvon säilyttämiseen.
- Nämä muutokset eivät vähennä hyvinvointia ja elämänlaatua, mutta synnyttävät uutta työtä, josta Suomessa on suurempi osa kuin nykyisen globaalin talouden työpaikoista

Luonnonvarojen käyttö



Finix Konsortio



Aalto-yliopisto
Käyttökonehuolto



Aalto-yliopisto
Käyttökonehuolto



Aalto-yliopisto
Tutkimus ja innovaatioteknologia



SYKE



Lappeenranta
University of Technology

RHEA



LAMK
Länsi-Suomen ammattikorkeakoulu
Lam University of Applied Sciences

TURKU AMK
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



9 tieteenalaa, 30 tutkijaa, 6.2 M€, v. 2019-2025

Kumppanit

TOKMANNI

TEXAID



PURE WAS

ZARA



slardarso

IVALO

fortum

SUOMEN
TEKSTIILI
& MUOTI

Lindström



Metsäteollisuus

HALTI



Metsä- ja metsäteollisuusministeriö



EETTISEN
KAUPAN
PUOLESTA

INDITEX

Finlayson
EST. 1920

Finnwatch



UNEP



Ympäristöministeriö
Miljöministeriet
Ministry of the Environment



FINIX

A? Aalto University



Tarvitsetko lisätietoa?

Finixin www-sivuilla podcasteja kiertotalouden liiketoiminnan kehittäjistä, tutkimuksia, esitelmiä. Tai ota yhteyttä:

finix.aalto.fi



@finixrevolution



Sini Suomalainen

Vuorovaikutusvastaava, Rhea Solutions Oy

sini.suomalainen@aalto.fi



Minna Halme

Konsortion johtaja, Aalto-yliopiston Kauppakorkeakoulu

minna.halme@aalto.fi



Kuluttajien näkemyksiä tekstiilien kiertotaloudesta

Tutkimustuloksia Telavalue-
hankkeesta

Hannamaija Tuovila

VTT

Paimion muotiviikko 27.9.2024

VTT

Telavalue –hanke

1.2.2022 – 30.7.2024



- Visiona ratkaista nykyiset tekstiileihin liittyvät kestävyys- ja jäteongelmat kiertotalouden avulla
- Rahoittajana Business Finland
- Hankkeen teemoina vastuullinen ja kiertotaloudenmukainen tekstiililiiketoiminta, **biopohjaisten ja kierrätyskuitujen soveltaminen tekstiilituotteisiin**, uudet kiertotalouden liiketoimintamallit, ja tekstiilimateriaalien kierto
- Telavalue-hanke linkittyy Telaketju-verkoston aiempiin hankkeisiin
- **Hankkeen loppuraportti julkaistaan syksyllä 2024!**



telavalue

Pure Waste



kemira



Fiare

reima



vileda
PROFESSIONAL

Valmet



S A I M A S
SPINNERY



SUOMEN
TEKSTIILI
& MUOTI



COVEROSS



Metsä



HSY

TURKU AMK
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



VTT



LAB University of
Applied Sciences

Funded by Business Finland





Telavalue:n kuluttajanäkökulma

- Osana hanketta selvitettiin myös kuluttajien näkemyksiä tekstiilien kiertotalouteen kyselytutkimuksen avulla
- Tutkimus keskittyi neljään Euroopan maahan (Suomi, Ruotsi, Saksa ja Alankomaat)
- N=1200 (300 vastaajaa / maa)
- Tiedot kerättiin heinäkuussa 2023 ja vastaajat rekrytoi Bilendi Oy



Photo by Harry Cunningham/Unsplash



Vastaajien profiili



Kohdemaat:

- Suomi (n=300), Ruotsi (n=300), Saksa (n=300), Hollanti (n=300)

Ikäjakauma:

- 18–75 vuotta

Sukupuoli:

- Nainen 49,7%, Mies 50,1%, Muu 0,3%

Asuinmuoto:

- Yksin 31,2%
- Puolison kanssa 31,0%
- Puolison ja lapsen/lasten kanssa 25,3%
- Kotona vanhempien luona 6,3%
- Yksin lapsen/lasten kanssa 4,4%
- Muu: 1,9%

Työllisyystilanne:

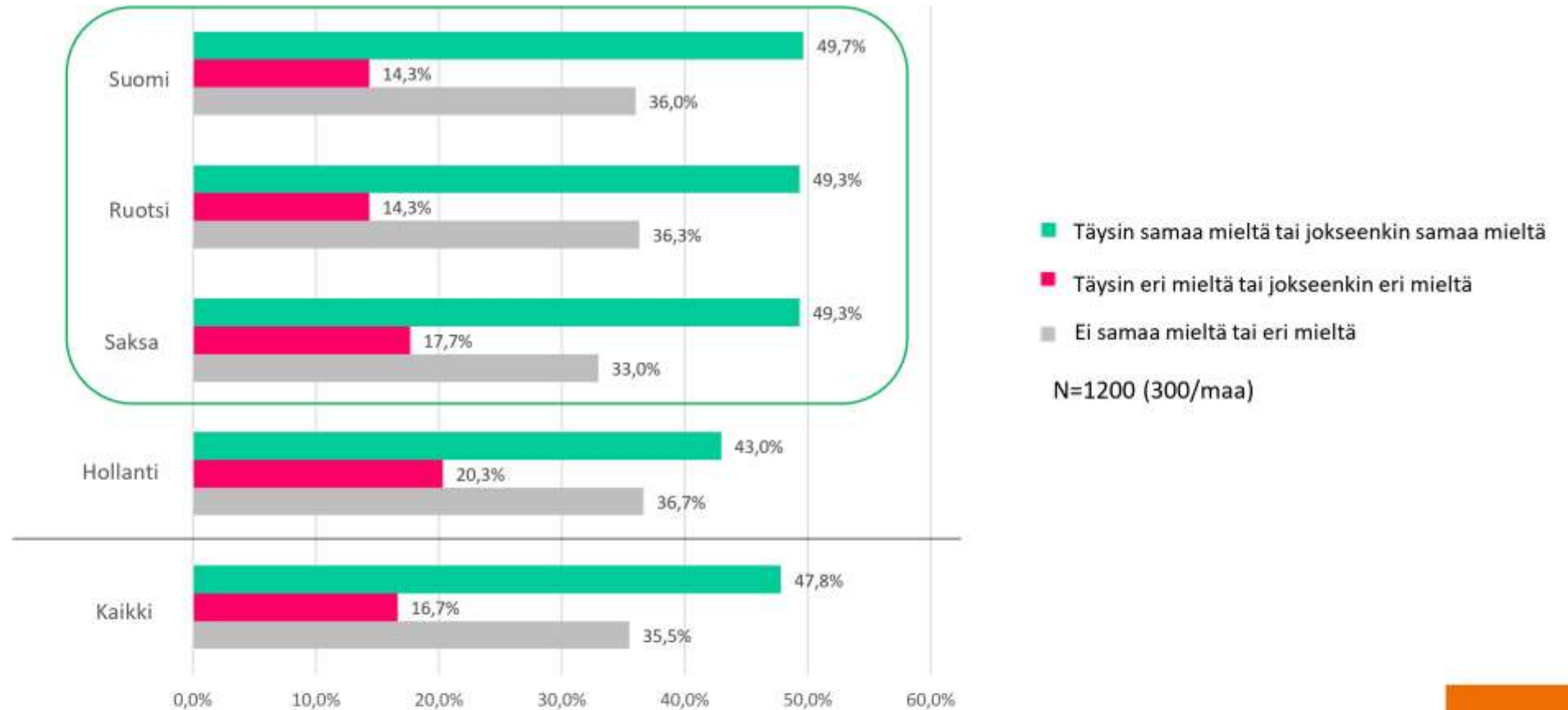
- Töissä täysipäiväisesti 48,1%
- Eläkkeellä 20,6%
- Osa-aikatöissä 10,6%
- Työtön 6,7%
- Opiskelija 6,6%
- Muut: 7,5%



**Miten kuluttajat suhtautuvat
kierrätetyn kuidun käyttöön
vaatteessa?**

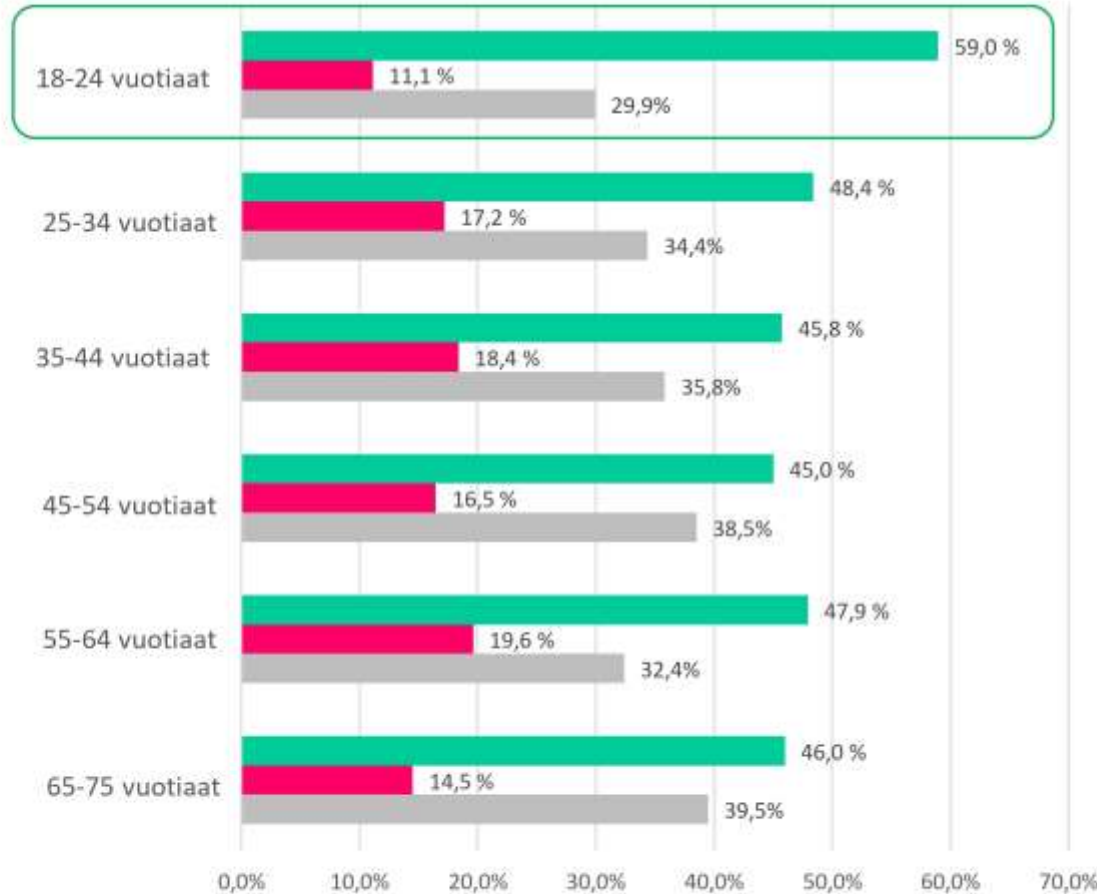


Mielestäni kierrätettyä materiaalia sisältävät vaatteet ovat kiinnostavia





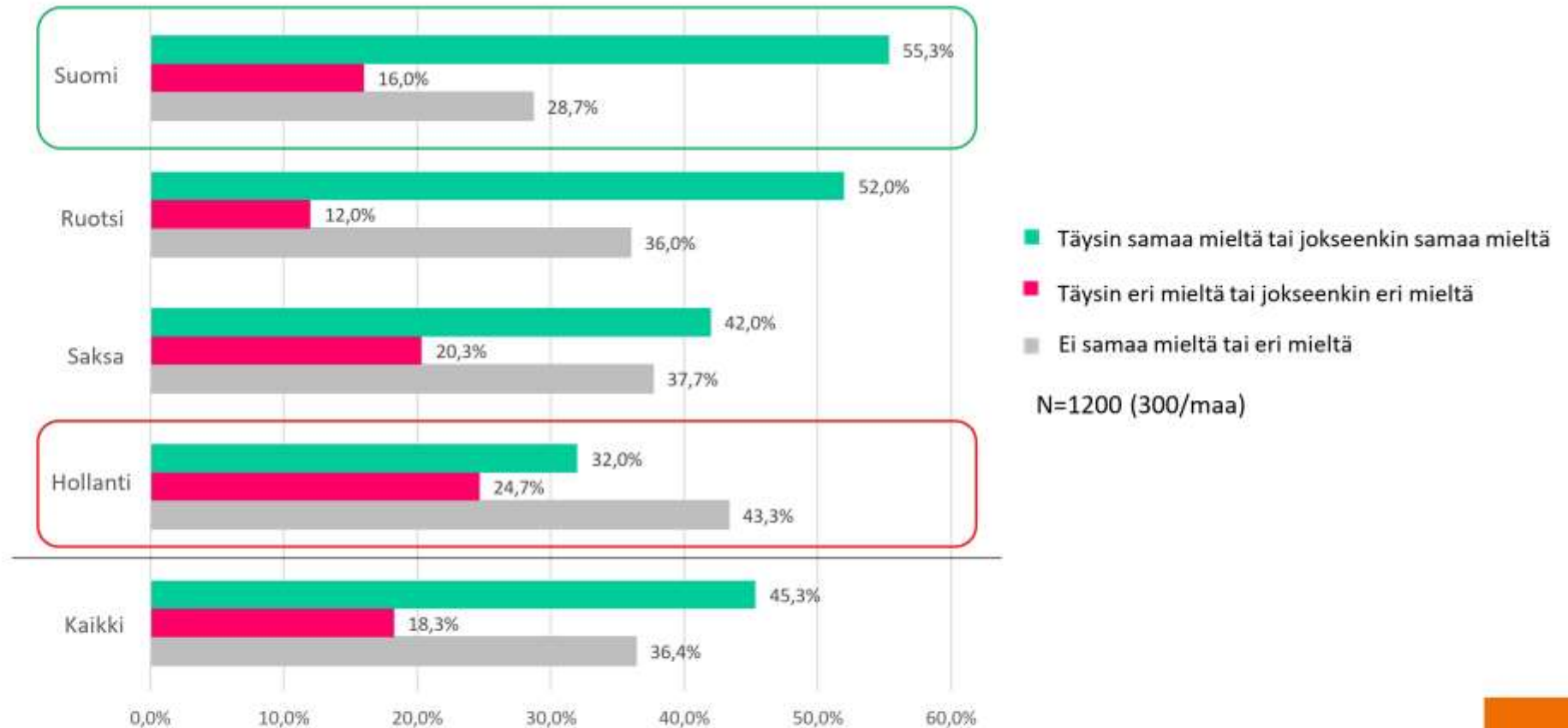
Mielestäni kierrätettyä materiaalia sisältävät vaatteet ovat kiinnostavia



- Täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä
- Täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä
- Ei samaa mieltä tai eri mieltä

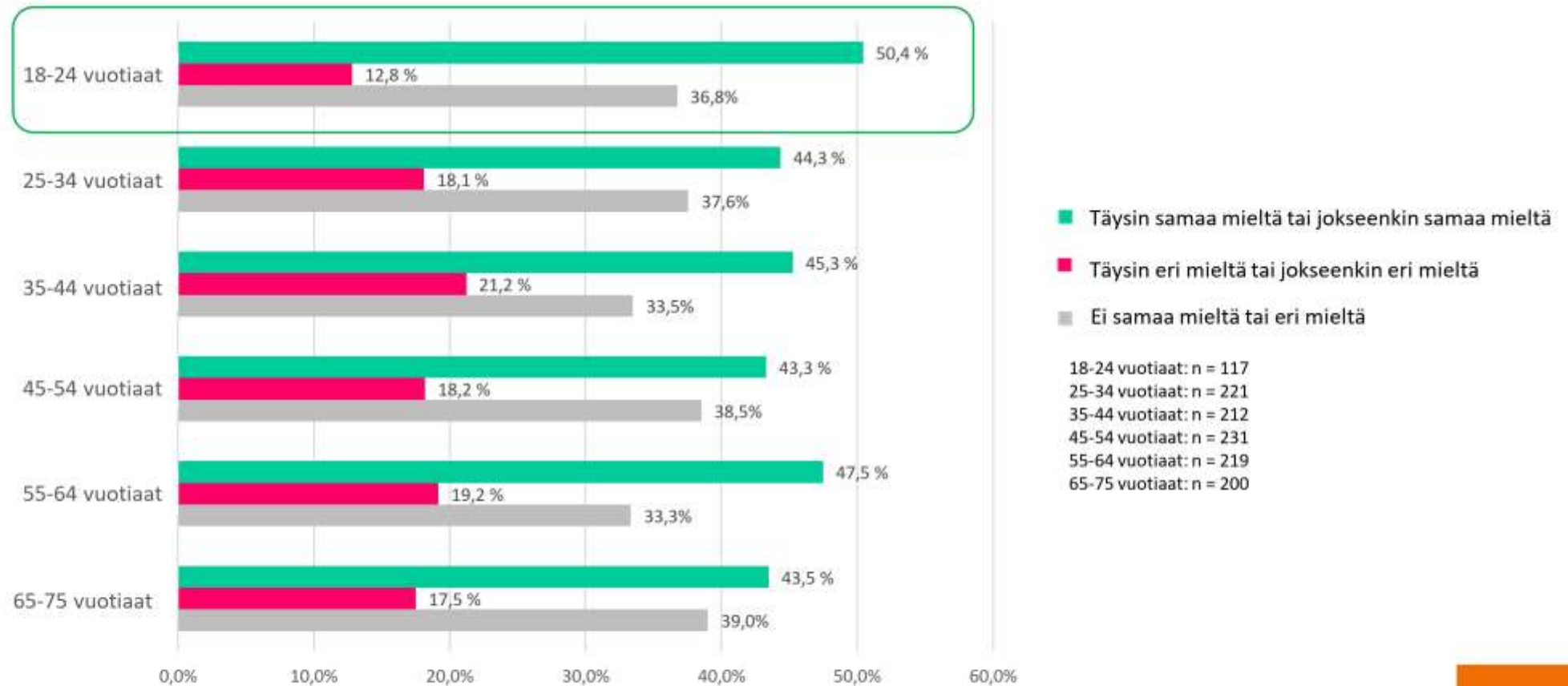
18-24 vuotiaat: n = 117
25-34 vuotiaat: n = 221
35-44 vuotiaat: n = 212
45-54 vuotiaat: n = 231
55-64 vuotiaat: n = 219
65-75 vuotiaat: n = 200

Olen kiinnostunut ostamaan vaatteita, jotka on valmistettu poistotekstiilistä kierrätetystä kuidusta





Olen kiinnostunut ostamaan vaatteita, jotka on valmistettu poistotekstiilistä kierrätetystä kuidusta

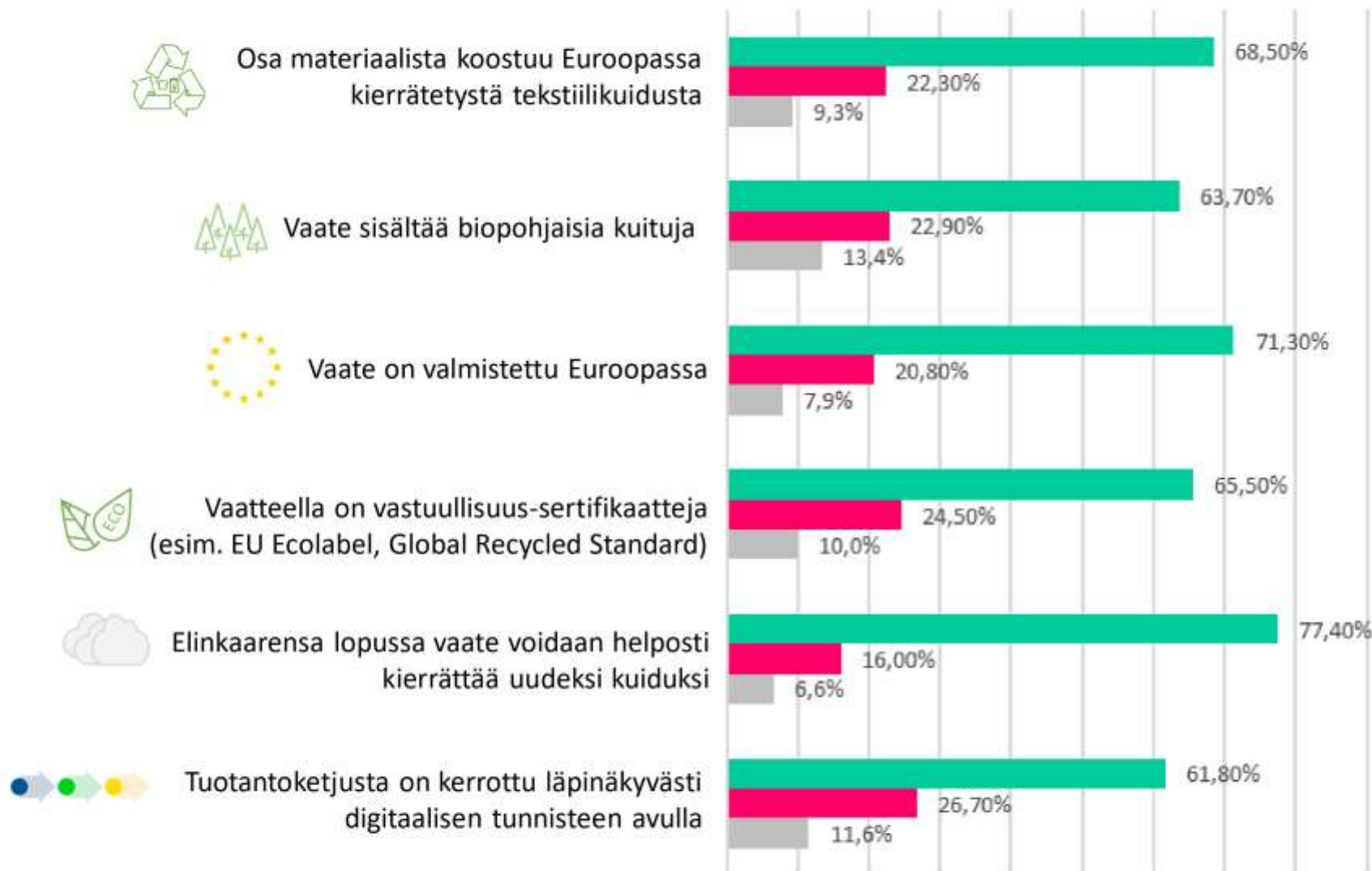


Tulevaisuuden vaate





**Kuinka paljon kuvatut tekijät
vaikuttaisivat kuluttajan
päätökseen ostaa kyseinen vaate?**



■ Vaikuttaisi erittäin paljon tai jonkin verran
■ Ei vaikuttaisi lainkaan tai vaikuttaisi vähän
■ En osaa sanoa

N=1200 (300/maa)



Vaikuttavimmat tekijät



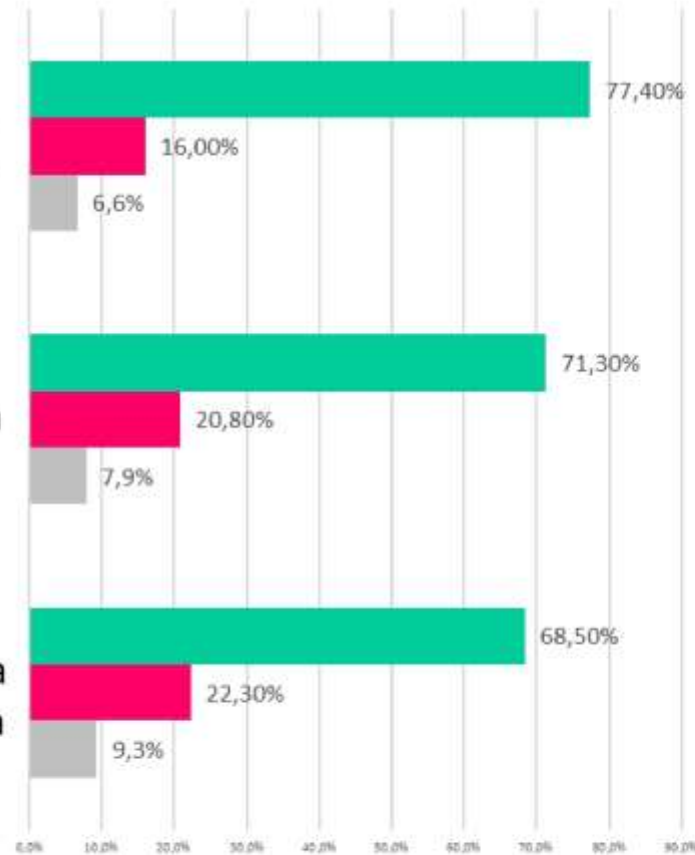
Elinkaarensa lopussa vaate voidaan helposti kierrättää uudeksi kuiduksi



Vaate on valmistettu Euroopassa



Osa materiaalista on Euroopassa kierrätettyä tekstiilikuitua



- Vaikuttaisi erittäin paljon tai jonkin verran
- Ei vaikuttaisi lainkaan tai vaikuttaisi vähän
- En osaa sanoa

N=1200 (300/maa)



**Mikä estäisi kuluttajia
ostamasta vastuullisesti
valmistetun vaatteen?**



*osuus 646 vastauksesta avoimeen kysymykseen

Mikä estäisi kuluttajia
ostamasta vastuullisesti
valmistetun vaateen?

Hinta ja oma taloudellinen tilanne



*"Hinta ei saa olla
merkittävästi
korkeampi verrattuna
muihin vaatteisiin."*
- Kuluttaja Ruotsista

*"Jos hinnat nousevat.
Nykyinen tilanteeni ei
sallisi paljon kalliimpien
tuotteiden ostamista."*
- Kuluttaja Saksasta

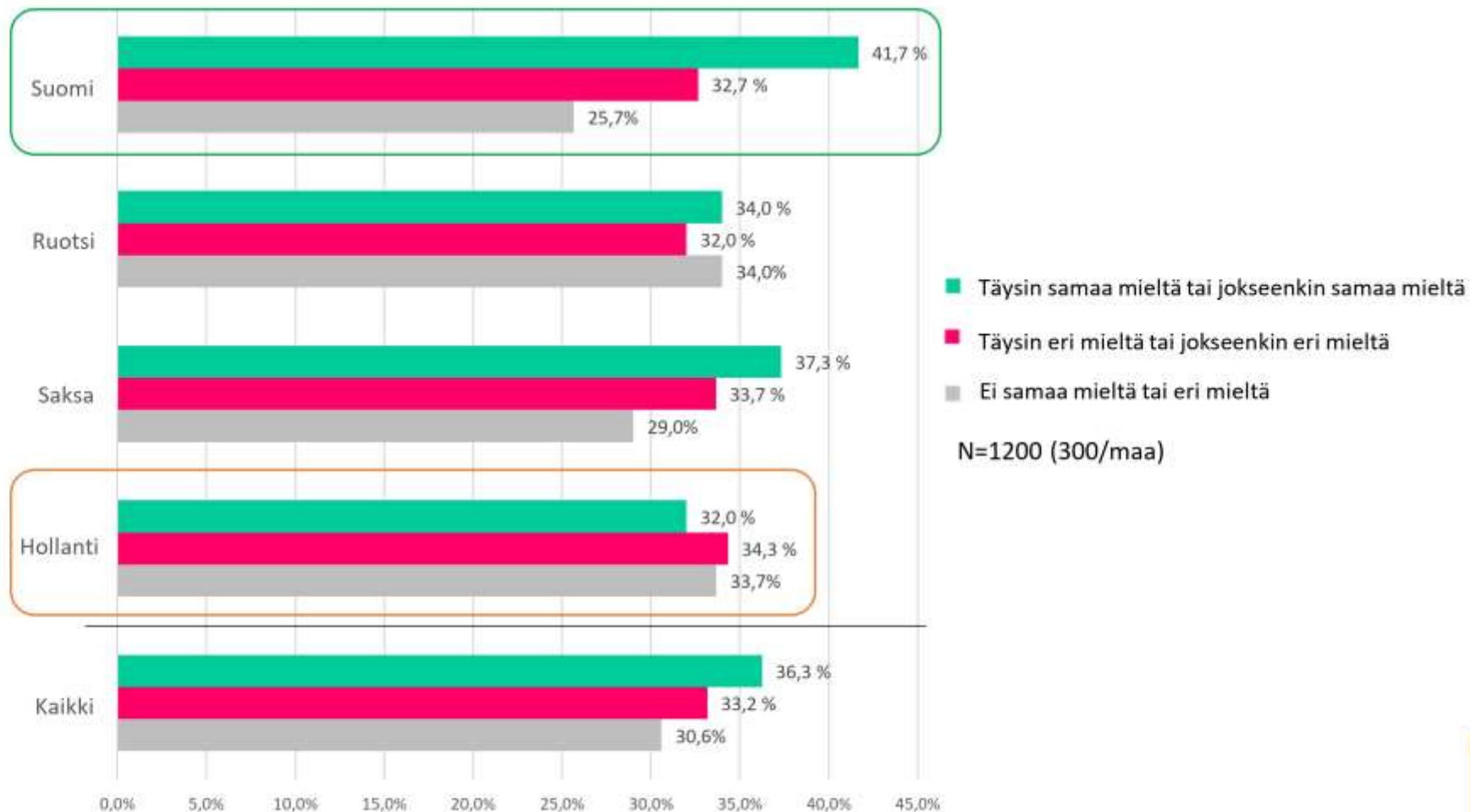
*"Mielestäni
vastuulliset vaatteet
ovat liian kalliita.
Merkittävin tekijä
ostopäätöksessä on
vaateen hinta."*
- Kuluttaja Hollannista

*"Mikään muu ei estäisi
minua, paitsi hinta. Jos
vaate on liian kallis, en
osta sitä."*
- Kuluttaja Suomesta



VTT

Olen valmis maksamaan enemmän vastuullisesti valmistetusta vaatteesta



Olen valmis maksamaan enemmän vastuullisesti valmistetusta vaatteesta



- Täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä
- Täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä
- Ei samaa mieltä tai eri mieltä

18-24 vuotiaat: n = 117
25-34 vuotiaat: n = 221
35-44 vuotiaat: n = 212
45-54 vuotiaat: n = 231
55-64 vuotiaat: n = 219
65-75 vuotiaat: n = 200

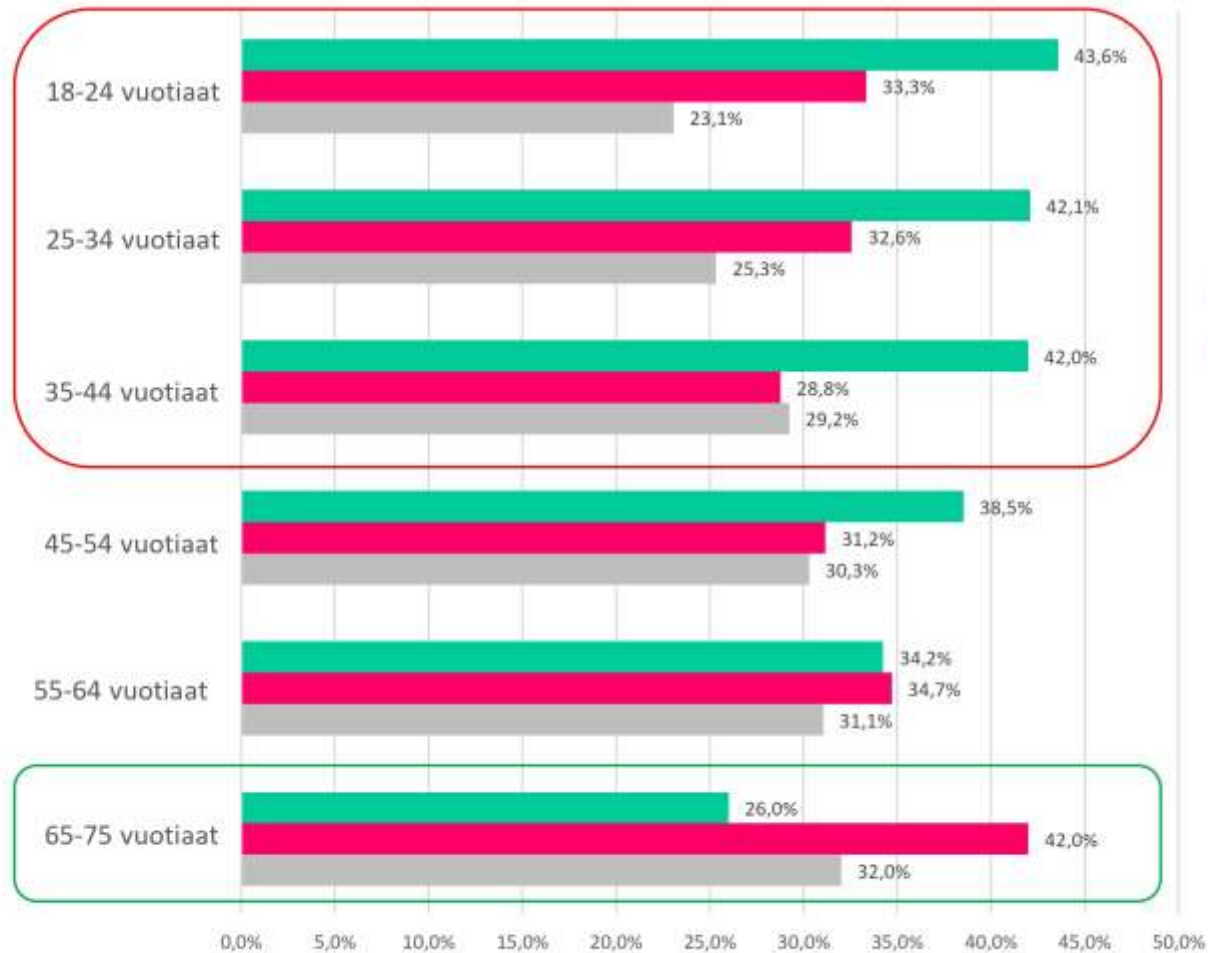
Kun ostan vaatteita, etsin aina halvimmman vaihtoehdon



- Täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä
- Täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä
- Ei samaa mieltä tai eri mieltä

N=1200 (300/maa)

Kun ostan vaatteita, etsin aina halvimmman vaihtoehdon



- Täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä
- Täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä
- Ei samaa mieltä tai eri mieltä

18-24 vuotiaat: n = 117
25-34 vuotiaat: n = 221
35-44 vuotiaat: n = 212
45-54 vuotiaat: n = 231
55-64 vuotiaat: n = 219
65-75 vuotiaat: n = 200

Mikä estäisi kuluttajia
ostamasta vastuullisesti
valmistetun vaateen?

WE
CARE
ABOUT
THE
FUTURE

Photo by Markus Spiske/Unsplash

Luottamuspula vastuullisuusväittämiä kohtaan



*"En luota tiedon
oikeellisuuteen."*

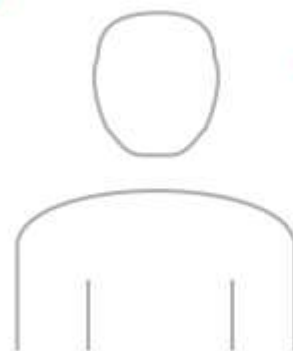
- Kuluttaja Ruotsista

*"En luota valmistajiin. He
sanovat paljon, mutta on vaikea
tietää mikä on totta ja mikä ei.
Paljon luvataan, mutta vain
pieni osa siitä on totta."*

- Kuluttaja Saksasta

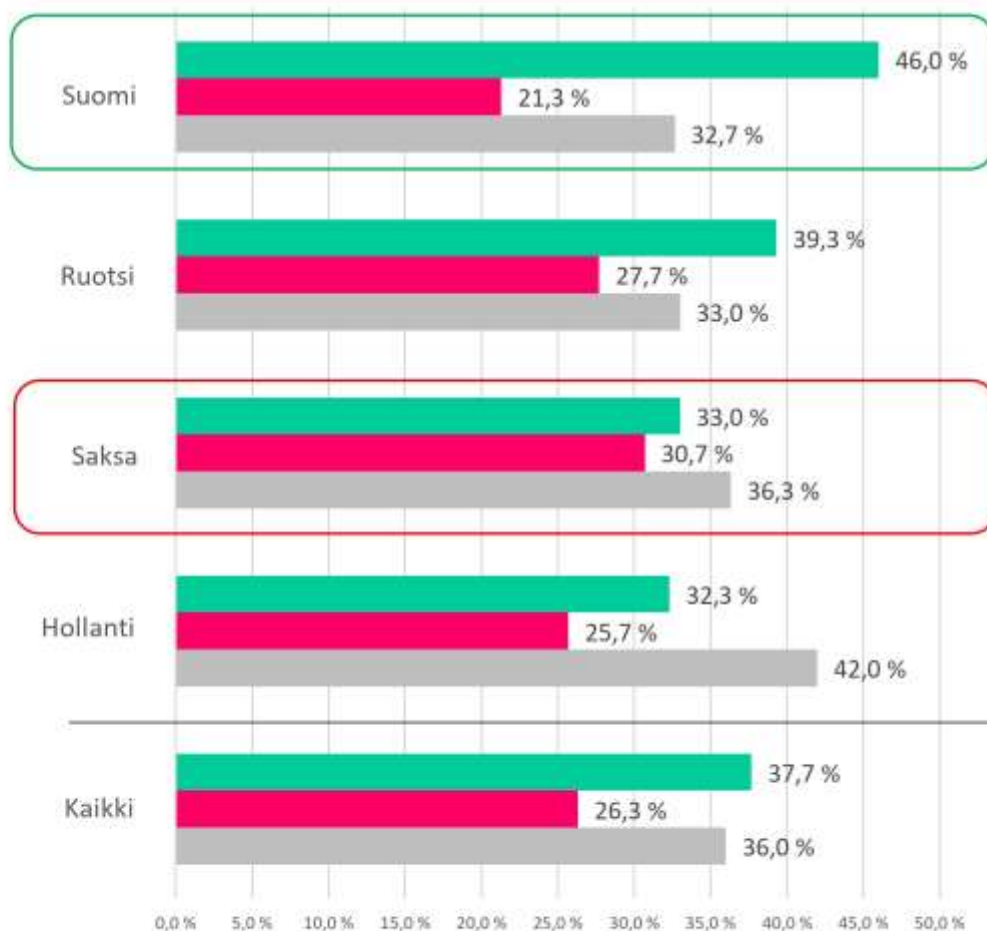
*"Tämä on vain
markkinointikikka."*

- Kuluttaja Hollannista



VTT

Luotan vaatteissa oleviin vastuullisuusväittämiin- sekä sertifiikaatteihin



- Täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä
- Täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä
- Ei samaa mieltä tai eri mieltä

N=1200 (300/maa)

Luotan vaatteissa oleviin vastuullisuusväittämiin- sekä sertifiikaatteihin



- Täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä
- Täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä
- Ei samaa mieltä tai eri mieltä

18-24 vuotiaat: n = 117
25-34 vuotiaat: n = 221
35-44 vuotiaat: n = 212
45-54 vuotiaat: n = 231
55-64 vuotiaat: n = 219
65-75 vuotiaat: n = 200



Kun ostan vaatteita, kiinnitän huomiota vastuullisuus-sertifikaatteihin





Kun ostan vaatteita, kiinnitän huomiota vastuullisuus-sertifikaatteihin



- Täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä
- Täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä
- Ei samaa mieltä tai eri mieltä

18-24 vuotiaat: n = 117
25-34 vuotiaat: n = 221
35-44 vuotiaat: n = 212
45-54 vuotiaat: n = 231
55-64 vuotiaat: n = 219
65-75 vuotiaat: n = 200

Mikä estäisi kuluttajia
ostamasta vastuullisesti
valmistetun vaatteen?

Vaatteen ulkonäkö ja tuntu eivät miellytä

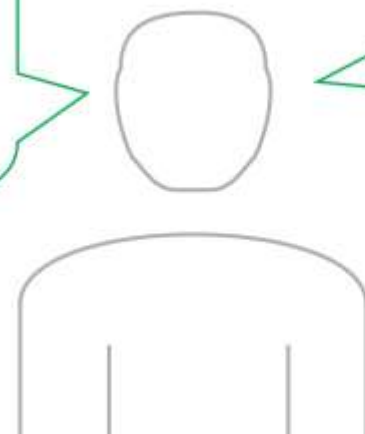


“En halua ostaa epämukavia vaatteita (epäsopiva malli, väri, ulkonäkö, tuntu) vaikka ne olisivat kuinka ekologisista.”
- Kuluttaja Suomesta

“Eniten haluan kauniita vaatteita. Kierrätetty- tai biopohjainen kuitu on vain bonusta.”
- Kuluttaja Hollannista

“Jos vaatteen muotoilu on vanhanaikainen tai tylsä”.
-Kuluttaja Ruotsista

“Tärkein asia on se, että pidätkö vaatteen ulkonäöstä ja kuinka mukava tämänkaltaista vaatetta olisi pitää”.
- Kuluttaja Saksasta



VTT

Mikä estäisi kuluttajia
ostamasta vastuullisesti
valmistetun vaateen?

Muut ostotottumukset - Second hand



*“Tarvitsisimme suuremman
second hand –markkinan, jotta
voisimme käyttää ostaa
vastuullisemmin.”*

- Kuluttaja Ruotsista

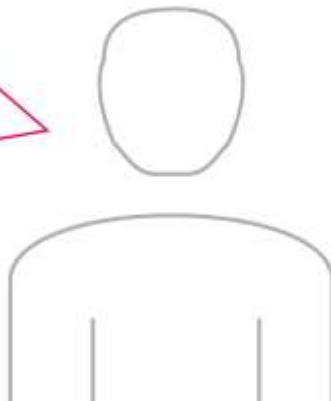
*“En osta paljon uusia
vaatteita, koska ostan
useimmiten second handia.*

*Se on
ympäristöystävällisintä.”*

- Kuluttaja Saksasta

*“Ostan 95% vaatteistani
kirpputoreilta tai muuten
käytettynä. En osta uutta
ollenkaan.”*

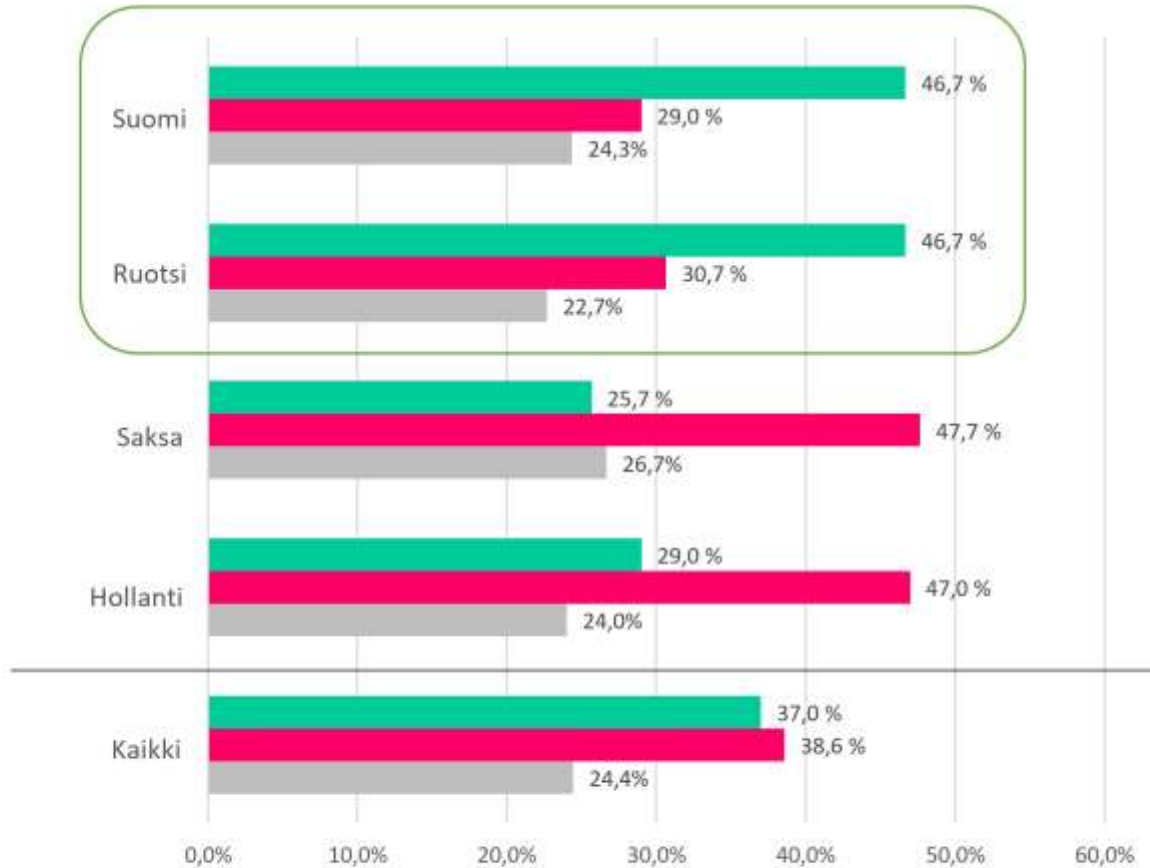
- Kuluttaja Suomesta



VTT



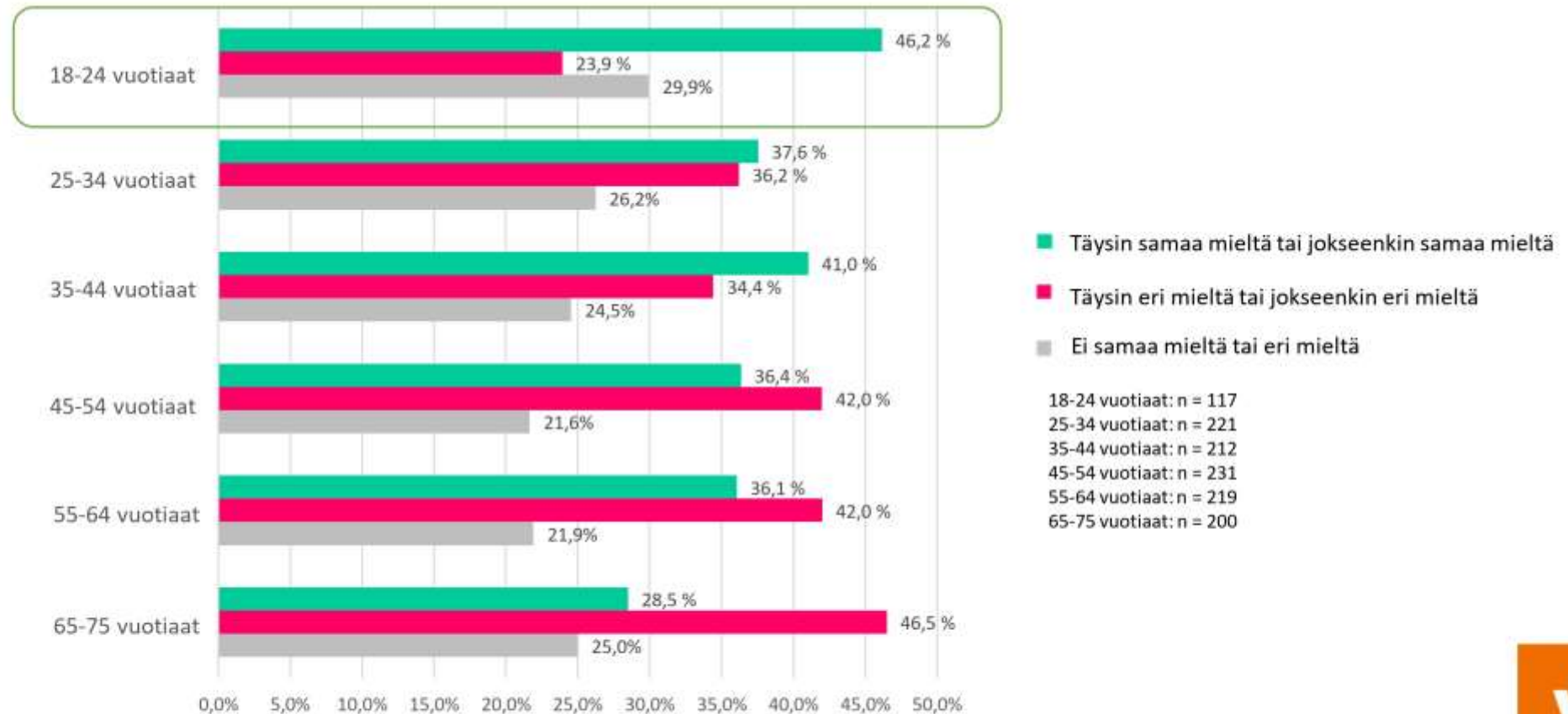
Ostan mielelläni second hand -vaatteita



■ Täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä
■ Täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä
■ Ei samaa mieltä tai eri mieltä
N=1200 (300/maa)



Ostan mielelläni second hand -vaatteita



**Mikä estäisi kuluttajia
ostamasta vastuullisesti
valmistetun vaatteen?**



Photo by Fuu J/Unsplash



”Ei mikään”

*”Ostaisin ympäristöystävällisiä
vaatteita ilman epäilystä, koska
haluan suojella luontoa, vaikka
se maksaisi enemmän”.*

- Kuluttaja Ruotsista

*”Mikään ei estäisi minua.
Mielestäni kierrätetystä
kuidusta valmistetut vaatteet
ovat korkealaatuisia ja niillä on
suuri rooli ympäristön
suojelemisessa”*

- Kuluttaja Saksasta

*”Mikään ei estäisi
minua.”*

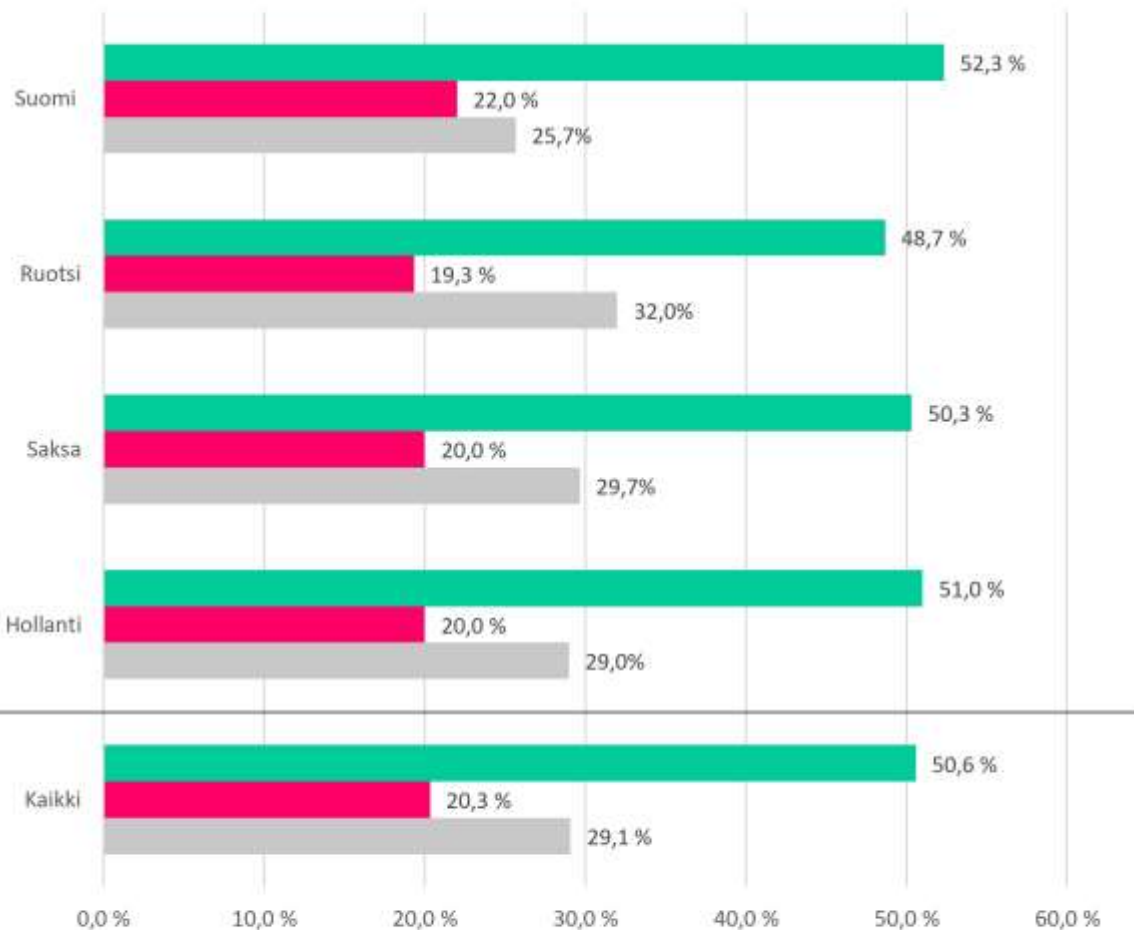
- Kuluttaja Suomesta

*”En keksi yhtään
estettä.”*

- Kuluttaja Hollannista

VTT

Jos haluaisin, voisin ostaa vastuullisesti valmistettuja vaatteita pikamuodin sijaan



- Täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä
- Täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä
- Ei samaa mieltä tai eri mieltä

N=1200 (300/maa)

- Täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä
- Täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä
- Ei samaa mieltä tai eri mieltä

18-24 vuotiaat: n = 117
 25-34 vuotiaat: n = 221
 35-44 vuotiaat: n = 212
 45-54 vuotiaat: n = 231
 55-64 vuotiaat: n = 219
 65-75 vuotiaat: n = 200





Johtopäätökset

- Kierrätettyyn tekstiilikuituun suhtaudutaan yleisesti ottaen hyvin positiivisesti
- Kuluttajien mielestä **vaatteen materiaalin kierrätettävyys** sekä **"paikallinen" tuotanto** nähtiin suurimpana vaikuttavana tekijänä ostopäätöksessä (tulevaisuuden vaatetta tarkasteltaessa)
- Hinta ja oma taloudellinen tilanne ovat suurimmat esteet vastuullisesti valmistetun vaatteen ostamiselle
- Muut esteet, mm.:
 - Luottamuspuola vastuullisuussertifikaatteihin ja –väittämiin
 - Jos vaatteen ulkonäkö ja tuntu eivät miellytä
 - Muut ostotottumukset: second hand

Verrattuna muihin maihin, suomalaiset kuluttajat

- Olivat kiinnostuneempia ostamaan vaatteita, jotka on valmistettu kierrätetystä kuidusta
- Olivat valmiimpia maksamaan enemmän vastuullisesti valmistetusta vaatteesta
- Olivat vähiten taipuvaisia etsimään aina halvinta vaihtoehtoa vaateostoksilla
- Luottivat eniten vastuullisuusväittämiin ja sertifikaatteihin
- Suhtautuivat ruotsalaisten kanssa positiivisimmin second hand –vaatteiden ostamiseen



Ristiriidat?

- 18-24 vuotiaat kiinnostuneimpia ostamaan kierrätetystä kuidusta valmistettuja vaatteita; **silti 44% ryhmästä etsii aina halvimman vaihtoehdon vaatteita ostaessa**
- Kierrätetyt kuidut ja eurooppalainen tuotanto nähtiin tärkeänä tekijänä ostopäätöstä tehtäessä (tulevaisuuden vaatteessa), **mutta vain 36% vastaajista on valmis maksamaan enemmän vastuullisesti valmistetusta vaatteesta**
- Vain 36% vastaajista oli valmis maksamaan enemmän vastuullisesti valmistetusta vaatteesta, **mutta yli puolet vastaajista ilmaisi pystyvänsä ostamaan vastuullisia vaatteita pikamuodin sijaan, jos haluaisivat**
- Vastuullisuussertifiointi nähtiin tärkeänä tekijänä ostopäätöstä tehtäessä (tulevaisuuden vaatteessa), **mutta vain 28% vastaajista kiinnittää siihen huomiota vaatteita ostaessa**



telavalue

Kiitos!

Hannamaija Tuovila
Research Scientist, VTT
hannamaija.tuovila@vtt.fi

Telaketju-verkosto ja projektit: <https://telaketju.turkuamk.fi/>

Tuovila, H. (2024). *Consumer views on circular textiles*. Telaketju. https://telaketju.turkuamk.fi/uploads/01bbc5fb-telavalue_consumer-views-on-circular-textiles_2024-1.pdf

Tuovila, H., & Petänen, P. (2024). *Consumer perceptions on novel circular business models*. Telaketju. https://telaketju.turkuamk.fi/uploads/e69570eb-telavalue_wp3_consumer-views-on-circular-business-models.pdf



VISU-hanke

Nuorten vaatekulutuskäyttäytyminen Uudellamaalla

**Paimion muotiviikko
27.9.2024**

**Sanna Vassinen
Asiantuntija, Visu-hanke
Suomen Tekstiili ja Muoti ry**



Village for sustainable clothing

Siltoja kestäväan pukeutumiseen



SUOMEN
TEKSTIILI
& MUOTI



VISU hanke lyhyesti

- VISU Village for sustainable clothing -hanke rakentaa kestäväan vaatekulutusikäyttämiseen keskittyvää ekosysteemiä.
- Kohderyhmänä ovat nuoret kuluttajat, koulujen opettajat sekä vaatealan yritykset.
- Päätoimittajana Laurea Ammattikorkeakoulu, osatoimittajana Suomen Tekstiili & Muoti ry
- Toimitusaika 1.1.2023 - 31.12.2024
- Rahoittajana Uudenmaan liitto

Nuorten haastattelut

- Nuorten haastattelut toteutettiin **keväällä 2023 ja talvella 2024.**
- Haastatteluihin osallistui **37 uusimaalaista nuorta,** peruskoulusta kolmanteen asteeseen.
- Ikäjakauma oli **15v. – 21v.**
- 80% haastatelluista oli yli 200000 asukkaan kaupungista.

Haastatteluissa kyseltiin laajasti nuorten vaatekulutuskäyttäytymisestä

- Suhde vaatteisiin ja brändeihin
- tuntemus käsitteistä pikamuoti ja vastuullinen muoti
- vaatteiden hankinta, käyttö, huolto ja vaatteista luopuminen
- vaatetukseen liittyvät palvelut ja yritykset

Vaatteiden ostaminen ja käyttö

- Nuoret ovat **hintatietoisia** ja **harkitsevia** kuluttajia.
- Vaatehankinnat **kustantaa** pääsääntöisesti vielä **vanhemmat**. He maksavat suunnitellut ja isommat hankinnat. Nuoret käyttävät omia rahojaan enemmän heräteostoksiin.
- Haastatellut nuoret ostivat vaatteita mieluummin **fyysisestä kaupasta**, kuin nettikaupoista tai somealustoilta.
- Nuoret googlettavat **tuotteiden arviota ja muiden mielipiteitä** tuotteista ja materiaaleista.
- Ostohetkellä tutkitaan **tuotteen materiaali**, halutaan mukavaa, kestäväää ja pitkäikäistä.
- Ostetaan ja myydään **käytettyjä** monissa eri kanavissa. Kirpputorit suosituin ostospaikka.
- Kaikki **kierrättävät** vaatteita perheen ja suvun kesken. Tämä on vähemmälle huomiolle jäänyt normaali toimintatapa, mitä ei osata nimetä vastuulliseksi toiminnaksi.



Brändit

Haastatteluun osallistuneet nuoret **eivät ole bränditietoisia**. Nuoret osasivat nimetä vain pari suomalaista vaatemerkkiä ja ulkomaalaisistakin mainittiin vain muutama monikansallinen merkki.

Erytisesti käytettyjä vaatteita ostettaessa **merkkiä ei välttämättä tule edes katsottua**. Ja sosiaalisessa mediassa kiinnitetään huomiota tyyliin ja vaatteen ulkonäköön, eikä brändiin.

Kysyttäessä mistä nuoret ostaa vaatteensa, vastauksena oli usein **kauppakeskukset** kuten Jumbo, Itis, Forum, eikä yksittäiset kaupat tai brändit.

Mitä suomalaisia brändejä tunnet?

marimekko® 81 %

Finlayson 19 %
EST. 1820

Nämä yritykset mainittiin yhden kerran:

Kaiko

Lilja the Label

Luhta

Makia

Minna Parikka

Morico

Nanso

Papu

Vain

Vallila

Vimma

Ostaessani vaatteita, ostopäätökseeni vaikuttaa yhä enemmän nykyhetkessä

Kuinka moni valinnut ko. asian kolmen
tärkeimmän joukkoon.

18 - 24 vuotiaat

1. Hinta 63%
2. Käyttömukavuus 56%
3. Kestävyys ja laatu 52%

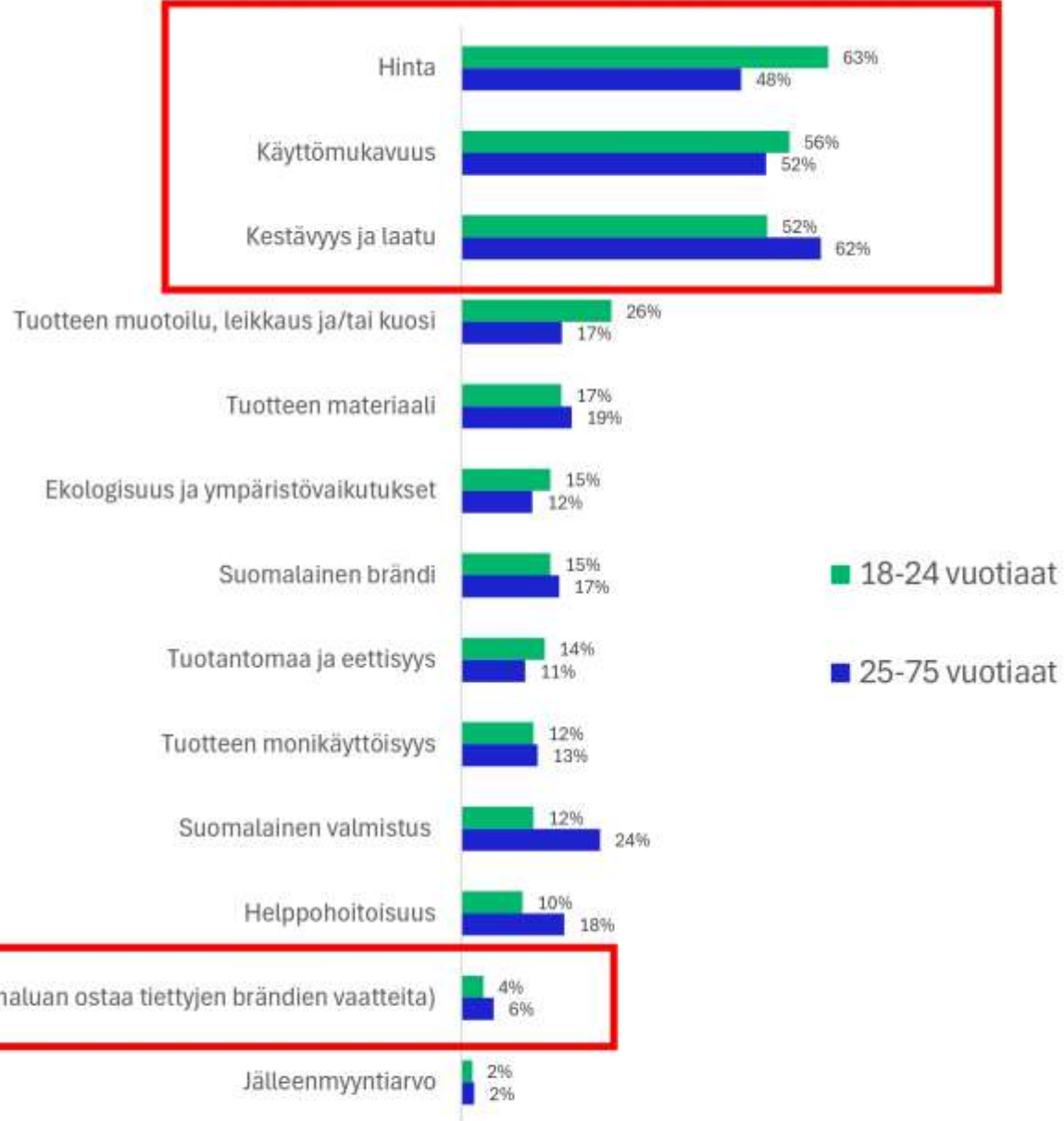
25 - 75 vuotiaat

1. Kestävyys ja laatu 62%
2. Käyttömukavuus 52 %
3. Hinta 48%

Kaikki

1. Kestävyys ja laatu 61%
2. Käyttömukavuus 53 %
3. Hinta 50%

N = 105 18-24 vuotiaat
N = 895 25-75 vuotiaat
N =1000 kaikki



Lähde: Kuluttaminen korona-aikana ja sen jälkeen – kyselytutkimus
VTT, YIT ja STJM 12/2021



Vastuullisuus

Termit pikamuoti ja kestävä muoti olivat tuttuja, mutta hinta on monesti ostopäätöstä ohjaava tekijä.

Yritysten **vastuullisuusviestintä** ei tavoita nuoria. Verkkosivuilla oleva informaatio etäistä ja siellä vierailaan vain, jos jokin erityinen tarve, esim. haetaan tietoa tietyistä tuotteista.

“Ympäristöystävällisyys” ei riitä viestinä: **viherpesu** ilmiönä tunnetaan ja siihen suhtaudutaan kriittisesti.

Vaatteita **osataan korjata ja huoltaa** ja niitä osataan arvostaa. Vaatteisiin voi tulla tunneside, siksi niistä ei haluta luopua helposti.



Palvelut

Vaatteita **lainataan, vaihdellaan** sekä tehdään **yhteishankintoja** perheen ja kavereiden kanssa. Vaatteita myös korjataan, huolletaan ja tuunataan. Mutta maksullisten **palveluiden käyttö** on vielä vähäistä, lukuun ottamatta muutamaan suutarilla ja ompelijalla käyntiä.

Arkivaatteiden vuokraus tuntui epäilyttävältä ajatukselta, koska omiin vaatteisiin on syntynyt tunneside, joten ne halutaan omistaa.

Esiin tuli myös eri **kulttuurit**, omaan kulttuurin kuuluvia vaatteita ei ole mahdollista vuokrata Suomesta.

16 - 21 vuotiaiden nuorten suurin vaikuttaja pukeutumisessa ja vastuullisuudessa on

Käydään yhdessä ostoksilla ja kiertelemässä kaupoissa ja kirpputoreilla.	Asennekasvatus, äidin arvot siirtyvät.	ÄITI	Kierrättää vaatteita perheen ja suvun kesken.	Kysytään mielipidettä, lähetetään kuvia kaupasta.
Opettaa vaatehuoltoa (mummo opettaa korjaamista)		Lainataan vaatteita ja asusteita toisiltaan, tehdään yhteisiä hankintoja.		Opettaa ja organisoii tekstiilien kierrätystä.

Semmosen kiipeilijän, joka tekee **YouTube videoita**, niin hän on ite suunnitellu oman tiimin kanssa vaatteita.

Seuraan **pele-**
influenssereita.

Mä meen yleensä katsomaan jotain inspoo jostain **Pinterestistä**, koska mä tykkään Pinterestistä.

Mistä nuoret hakevat ja saavat inspiraatiota vaateukseensa?

Musiikki on mulle kans tosi iso juttu ja sit mä seuraan tosi monia artisteja ja bändejä ja sit niiden vaateuksesta ja muusta.

Se miten mä olen seurannut niin niillä on kiinnostavimmat asukokonaisuudet mitä niillä on **muotinäytöksissä**.

Erilaisten **brändien** vetämiin kanaviin, joita mä sit seuraan, koska sieltä tulee jotain kivoja **tyylivinkkejä**. Ja se on vaan kiva nähdä jotain semmosta liikkuvaa ja kaunista välillä.

Pohdintaa?

Miten saada ne nuoret kuluttajat, joille kaikki on ”iha sama”, valitsemaan vastuullisesti?

Miten suomalaiset vaatetusalan yritykset voisivat osallistua vastuullisuuskasvatukseen?

Lisätietoja hankkeesta



Sanna Vassinen

Asiantuntija, VISU-hanke

+358 50 538 2032

sanna.vassinen@stjm.fi

Miten varmistamme toimivan tekstiilien tuottajavastuun

Paimion Muotiviikko
27.9.2024

Emilia Gädda
Johtava asiantuntija, vastuullisuus ja kiertotalous

SUOMEN
TEKSTILI
& MUOTI

Suomen Tekstiili & Muoti ry on alan etujärjestö

1,6

MRD. €

1905 EST.

16+

Tekstiili-
strategia



255

Jäsentä



Kestävä
kasvu &
kilpailuetu

5 500

Henkilöä

86%

Alan
liikevaihdosta



2

TES



5

Vaikuttaja-
ryhmää

A large, sprawling pile of discarded clothing and fabric waste, including various colors and textures of garments, filling the frame. The background shows a clear sky.

MAAILMASSA TUOTETAAN
VUOSITTAIN
80–100 MILJARDIA
VAATEKAPPALETTA





Tekstiilien tuottajavastuu

- ☞ Jätedirektiivin muutosesitys, fokuksessa **tekstiilit** ja elintarvikkeet.
- ☞ Jäsenvaltioiden tulisi ottaa käyttöön **tekstiilituotteiden, vaatteiden, asusteiden ja jalkineiden** laajennettu tuottajavastuujärjestelmä.
- ☞ Tekstiili- ja jalkine tuotteiden tuottajilla vastuu tuotteen **koko elinkaaresta**.
- ☞ Laajennettu tuottajavastuu tulisi järjestää **jätedirektiivin** mukaisesti, joka sääntelee mm.:
 - tuottajien taloudellisesta vastuuta
 - tuottajarekisteriä
 - tuottajavastuuorganisaatioita
 - tekstiilijätteen käsittelyä.



Miksi?

Tekstiilien tuottajavastuun tarkoituksena on:

- ☞ **Parantaa** tekstiilien jätehuoltoa
- ☞ **Luoda** markkinat tekstiilien uudelleenkäytölle ja kierrätykselle
- ☞ **Kannustaa** kiertotalousperiaatteiden mukaiseen suunnitteluun
- ☞ **Harmonisoida** pelisääntöjä ja sääntelyä tekstiilien tuottajavastuun osalta EU jäsenmaissa.
- ☞ **Panna täytäntöön saastuttaja maksaa -periaate** ottamalla käyttöön tekstiilien laajennettu tuottajavastuu.



Miten varmistamme toimivan tuottajavastuun

- 🇪🇺 **Edistetään** kustannustehokkaita ja kiertotaloutta tukevia toimintamalleja ja arvoketjuja.
- 🇪🇺 Sääntelyn **harmonisointi** EU-tasolla on tarpeen, mutta kansallinen **joustovara** operatiivisten ratkaisujen osalta on säilytettävä.
- 🇪🇺 **Etäkauppa** on saatava kattavasti mukaan ja valvontaan tulee voida luottaa.
- 🇪🇺 TKI-rahoitusvälineitä sekä **kiertotaloutta tukevia** investointitukia pitää suunnata toimialan yrityksille ja varmistaa, että myös mikro- ja pk-yritykset hyötyvät niistä.
- 🇪🇺 Luodaan **kestävään kuluttamiseen** kannustavat markkinat.

Kiertotalouden vauhdittaminen
Tekstiilikierrätysinfrastruktuurin
kehittäminen
Markkinaehtoisen siirtymän edistäminen



Kiitos!

SUOMEN
TEKSTIILI
& MUOTTI



Kiertotalouden toteutuminen tekstiilialalla

Miten saamme poistotekstiilit palautettua kiertoon – toimijat, jalostusketjut ja tuottajavastuu

Anna Garton

Poistotekstiiliasiantuntija, Lounais-Suomen Jätehuolto

Paimion muotiviikko 2024

Lounais-Suomen Jätehuolto Oy (LSJH)



18 omistajakuntaa

450 000 asukasta

40 000 vapaa-ajan asuntoa

Pienempi kuorma huomiselle



Kuka olemme



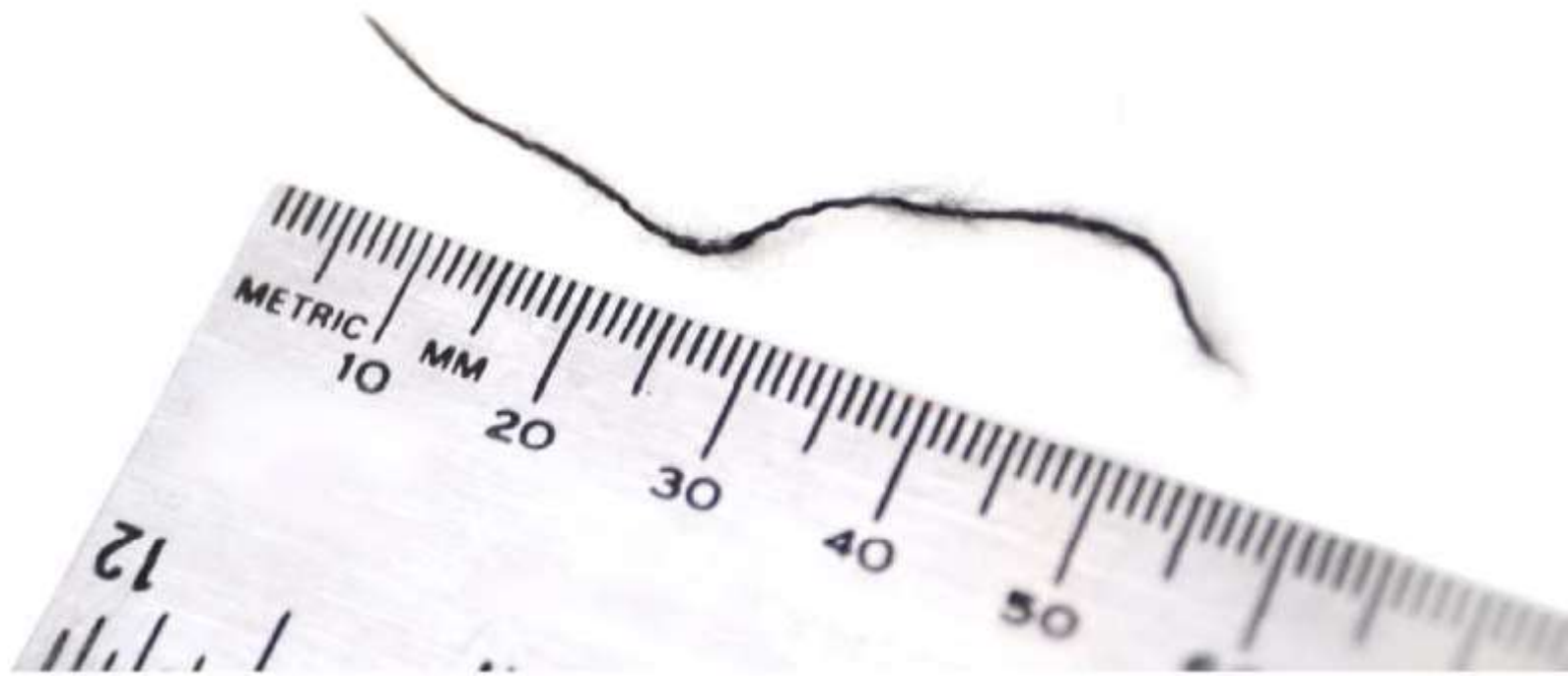
Suomen tekstiilijäteongelman ratkaisija ja poistotekstiilien kiertotalouden mahdollistaja

- Suomen asukaspoistotekstiilikeräyksen koordinoija
- Ammattitaitoisen lajittelun kehittäjä ja toteuttaja
- HyödyntämISRatkaisujen ja tuotantoketjujen rakentaja
- Yhteistyökumppani



Visio

Löytää jokaiselle kotitalouksista kerätylle poistotekstilille paras kiertotalouden mukainen ratkaisu.



Mitä on poistotekstiili?

Kotitalouksien käytöstä poistuneet tekstiilit, jotka kerätään jätejakeena

- **KYLLÄ** – poistotekstiilikeräykseen kuuluvat kuivat ja puhtaat, käyttökelvottomat vaatteet sekä kodintekstiilit, kuten
 - takit, housut, hameet ja paidat
 - lakanat, pyyhkeet ja pöytäliinat
- **EI** – poistotekstiilikeräykseen ei kuulu mattoja, kenkiä, laukkuja, vöitä, alusvaatteita, sukkia, sukkahousuja, tyynyjä, peittoja, pehmusteita tai pehmoeläimiä eikä kosteita, homeisia, tekstiilituholaisia sisältäviä tai vahvasti haisevia tekstiilejä.



KUIVAT JA PUHTAAT, KÄYTTÖKELVOTTOMAT VAATTEET JA KODINTEKSTIILIT

- takit, housut, hameet ja paidat
- lakanat, pyyhkeet ja pöytäliinat

Pakkaa suljettuun muovipussiin.

Ei mattoja, kenkiä, laukkuja, vöitä, alusvaatteita, tyynyjä, peittoja, pehmusteita tai pehmoleluja.

TORRA OCH RENA OANVÄNDBARA KLÄDER OCH HEMTEXTILIER

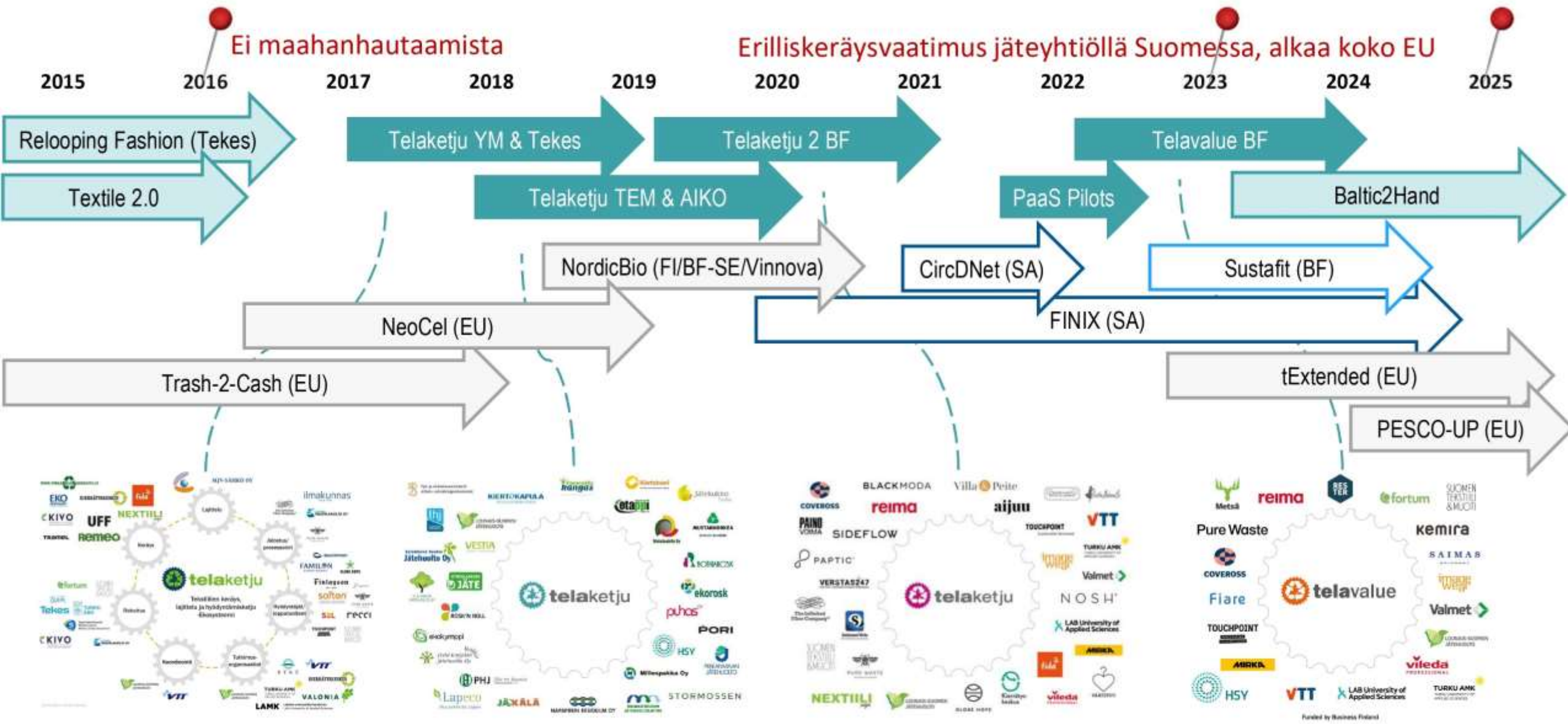
- rockar, byxor, kjolar och skjortor
- lakan, handdukar och borddukar

Packa in i en tillsluten plastpåse.


Ej mattor, skor, väskor, bälten, underkläder, dynor, täcken, stoppningar eller gosedjur.




**POISTOTEKSTIILIT
AVLAGDA TEXTILIER**




Nykyiset tutkimushankkeet



The overall objective of the tExtended project is to develop a **Blueprint**, i.e., a masterplan for a sustainable textile ecosystem where product and material cycles are reducing the use of primary raw materials.



The basis of the Blueprint is a knowledge-based **Conceptual Framework** determining the optimized utilization of textile flows, aiming for retention of value of materials in a safe and sustainable way.



Based on the Blueprint, we will implement a **Real Scale Demonstrator**, verifying its replicability and potential to reduce textile waste by 80% via reduction of post-industrial waste, increased product re-use and material recycling.



A? Aalto University School of Chemical Engineering



This project has received funding from the European Union's Horizon Europe research and innovation programme under Grant Agreement No. 101091575
 The material presented and views expressed here are the responsibility of the author(s) only. The EU Commission takes no responsibility for any use made of the information set out.



telavalue

Funded by Business Finland



SUSTAFIT

Sustainable fit-for-purpose nonwovens



Suomen valtakunnallinen poistotekstiilin keräys malli

- Erilliskeräysvaatimus poistotekstiilille jätejakeena alkoi 1.1.2023. Muu EU 2025.
- 29 kunnallisen jäteyhtiön yhteistyömalli kattaa 97% Suomen pinta-alasta
- Paikallinen keräys, esilajittelu ja uudelleenmyynti
- LSJH etsii ratkaisut- laadunvarmistus, yhdistää materiaalivirrat ja tarjoaa teollisuudelle jatkuvia raaka-aine virtoja eri jatkojalostusprosesseihin

Valtakunnallisen keräyksen kehittyminen 2020-2023

2012-

Topinpuisto idean selvitys

2014-2018

Useita selvitysprojekteja

2019-2021

Pilottilinjaston selvitys ja suunnittelu



2020

- ✓ 5 jätelaitosta
- ✓ 2,3 miljoonaa suomalaista
- ✓ Vastaanotettu ja käsitelty tekstiili **399 t**
LSJH lajittelematon **170 t**
- ✓ Peruskiven muuraus 8/2020 Paimiossa



2021

- ✓ 10 jätelaitosta
- ✓ 3,3 miljoonaa suomalaista
- ✓ Vastaanotettu ja käsitelty tekstiili **588 t**
LSJH lajittelematon **190 t**
- ✓ Paimion kiertotalouslaitoksen avajaiset 2.11.2021



2022

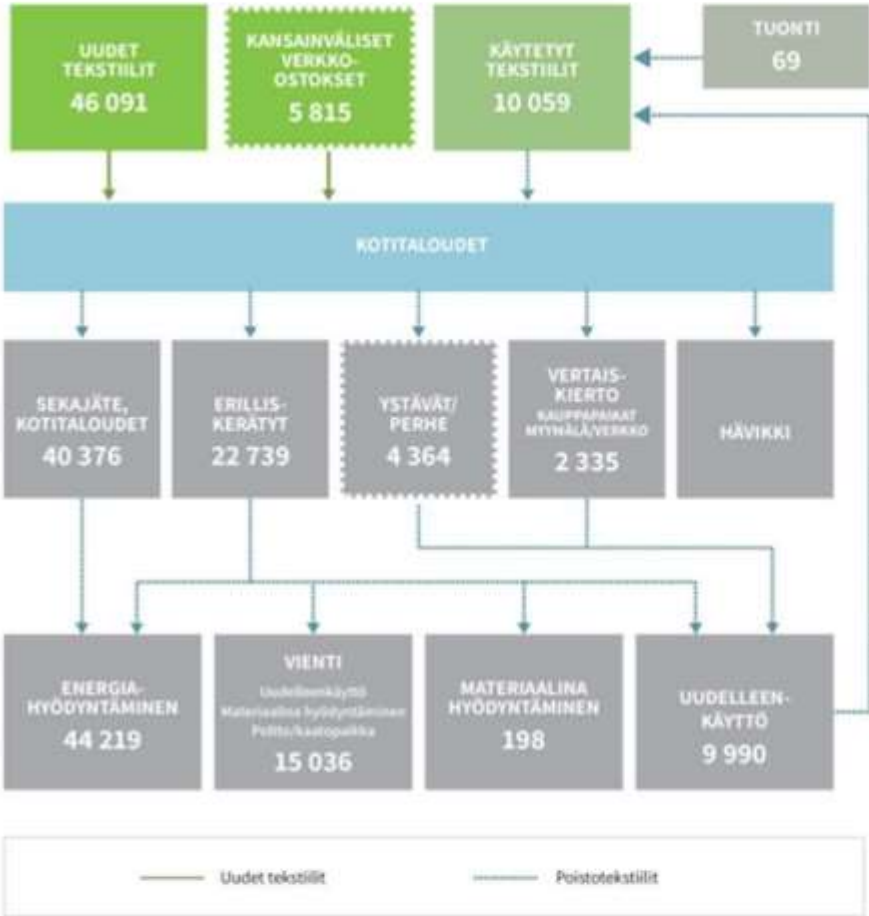
- ✓ 21 jätelaitosta
- ✓ 4,5 miljoonaa suomalaista
- ✓ Vastaanotettu ja käsitelty tekstiili **743 t**
LSJH lajittelematon **252 t**
- ✓ Yli **100 t** avattua kuitua kuluttajilta kerätystä poistotekstiilistä
- ✓ Materiaalilajiteltuna myytyä materiaalia yli **300 t**

2023

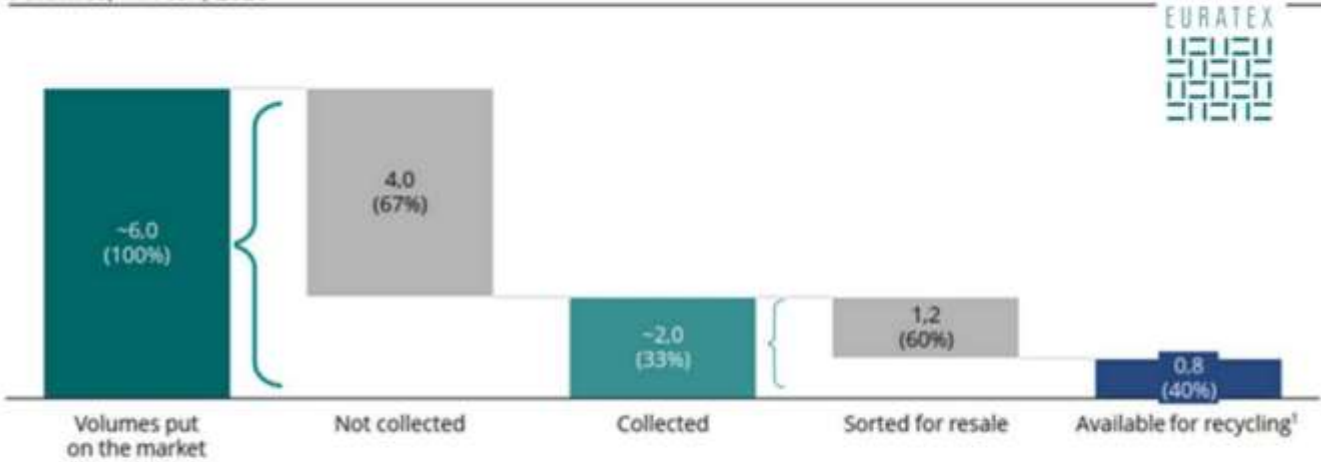
- ✓ **Erilliskeräysvelvoite**
- ✓ 5,3 miljoonaa suomalaista
- ✓ Vastaanotettu ja käsitelty tekstiili **698 t**
LSJH lajittelematon **280 t**
- ✓ Paimion kuidunavauslinjaston myynti 12/23



Tekstiilivirrat



Volumes, mn ton, 2020



Note: Does not consider unsorted materials exported outside the EU

EU:ssa syntyi arviolta 6.95 mj tn tekstiilijätettä vuonna 2020

16 kg/henkilö, josta vain 4.4 kg/hlö erillis-kerättiin ja 11.6 kg päätyy sekajätteeseen

82% on kotitalouksissa syntyvää tekstiilijätettä

R-strategiat

Ohjataan lajittelun kautta:

- 1) Uudelleenkäyttö
- 2) Korjaus
- 3) Uusiokäyttö
- 4) Toissijainen käyttö
- 5) Raaka-aine

Impact	Strategy		Explanation
	Potting et al., 2017	ISO 59004:2024	
Smarter use of resources	R0 Refuse	Refuse	Making product redundant by abandoning its function or using other product instead
	R1 Rethink	Rethink	Make product use more intensive, for example, by sharing or multi-functionality. Reconsider design and manufacturing
	-	Source	Use recycled or renewable resources and that are easily recycled or returned to the biosphere.
	R2 Reduce	Reduce	Increasing efficiency in production, and consuming less through efficient manufacture or use
Extend lifespan of products	R3 Re-use	Reversed order: repair first repair and then re-use, definitions stay the same	Re-using functioning discarded products by another user in its original function
	R4 Repair		Repairing and maintenance of defective products thus keeping them in their original function
	R5 Refurbish	Refurbish	Restoring and updating old products and bringing them up-to-date
Extend lifespan of parts of products	R6 Remanufacture	Remanufacture	Using parts of discarded products in a new product with same function
	R7 Repurpose	Repurpose	Using products or their parts in a new product with a different function
Utilization of materials	-	Cascade	Optimise the use of recovered materials so they are going from one loop to another often decreasing in numbers and quality ending up in another end-of-life solution
	R8 Recycle	Recycle	Processing and recycling materials to obtain the same or lower quality
	R9 Recover	Recover	Incinerating of materials for energy recovery
	-	Remine	Extraction of resources from landfill or waste plants

Uudelleenmyynti

Resell-tekstiili, prima sellaisenaan käytettävät vaatteet, kodintekstiilit ja kankaat

- B2C: asukkaat
- B2B: kirpputorit

Penkola-materiaalitukku, 2.laatu korjattavat, tuunattavat tekstiilit

- B2C: asukkaat
- B2B: käsityöläiset, tekstiilitaiteilijat, upcycling-brändit

Upcycling-palvelu

tekstiilien erillislajittelua yrittäjän speksien mukaan

- B2B: upcycling-muoti, käsityöläiset, tekstiilitaiteilijat, uusiotuotanto



LEMPPARI
#lsjhlemppari



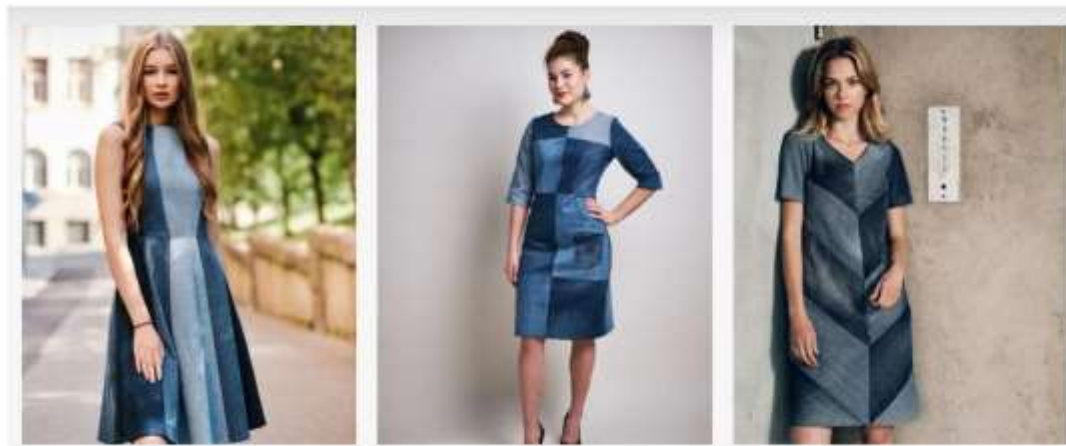
Uusiokäyttö



VAIN
UPCYCLED

THIS VAIN UPCYCLED PRODUCT IS CRAFTED 100% FROM POST-CONSUMER WASTE. VAIN IS RESEARCHING AND DEVELOPING NEW WAYS TO REPURPOSE AND UTILIZE TEXTILE WASTE TO CREATE IMPACTFUL DESIGNS MINIMIZING THE NEED FOR VIRGIN MATERIAL GARMENTS.

HANDEWASH ONLY DO NOT BLEACH
MADE IN FINLAND



Suomalaisen muodin juhlaa
Finnish Fashion Awardsissa – lue
voittajien lista, joka viestii
muotialan monipuolisuudesta

LOUNAISET – LUTUNEN 2024 – #LAINKUNNANLOUNAISET



LOUNAISET – LUTUNEN 2024 – #LAINKUNNANLOUNAISET

Tyykki
DESIGN



K KRISTA VIRTANEN
DESIGN

Sertifioitua raaka ainetta



Materiaalit

- Sellu
- Puuvilla
- Denim
- Neulokset
- Pellava
- Polyesteri
- Synteettiset
- Villa



Kategoriat

- Selluloosa
- Synteettiset
- Proteeni
- Seka

Sisältö

- Selluloosa
- Synteettiset
- Proteiinikuidut
- Sekakuidut

Poistotekstiili lajitellaan käyttökohteen ja asiakkaan tarpeiden mukaan - laadun, materiaalin puhtauden, tekstuurin, sisällön ja värin mukaan.



vuonue



Mekaaninen jatkojalostus



coleo®



JOKIPYIN
PELLAVA 1920



Kemiallinen jatkojalostus

MMCF uusiokuiduksi

Infinna™



OnceMore®



Tulossa:

- Tekokuitujen kuten polyesterin kemiallinen prosessointi
- Thermo-mekaaniset ratkaisut filamenttilangan tuotantoon

adidas **BESTSELLER** **INDITEX**
Calvin Klein **JACK&JONES** H&M Group
patagonia IXI Nomen Nescio **zalando**
REUBEN SELBY **PVR** TOMMY HILFIGER
Wrangler ZARA **GANNI** **reima**
ARMEDANGELS

Avoimet kierrot

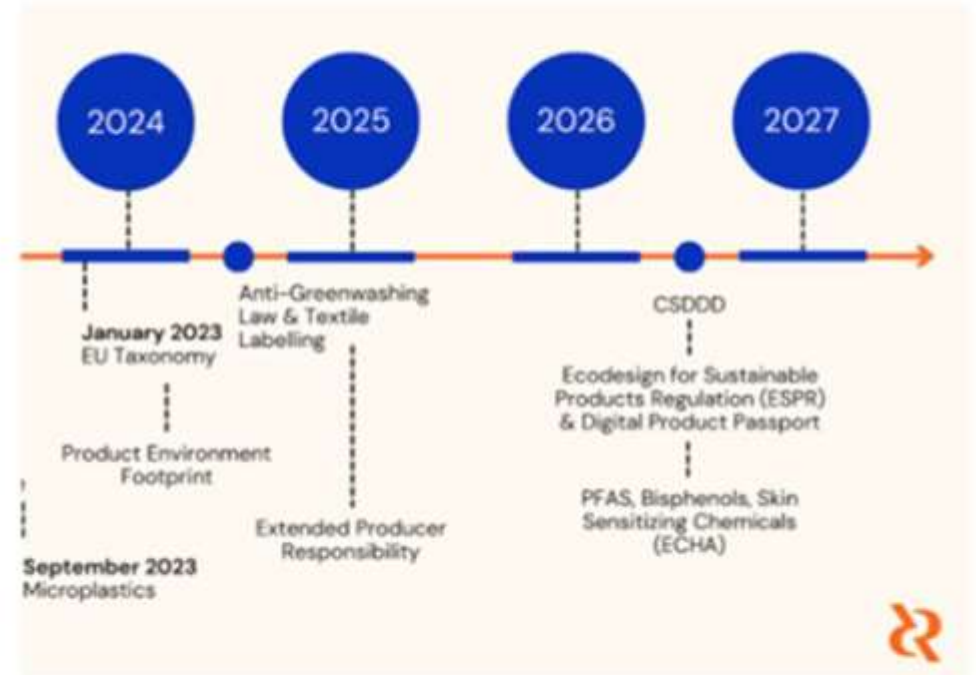
Kuitukankaat ja komposiitit

- Huonekalut
- Koneet ja laitteet
- Maanrakennus
- Rakennustuotteet
- Sisustuselementit
- Tekstiilit
- Täyteaineet, eristeet ja pehmusteet



Nykytilanne

- Keräysverkosto ja ammattilajittelu
- Kiertotalousmarkkinat, kysyntää ja taloudellista kannattavuutta
- Investointeja eri toimijoihin ekosysteemissä - uusia paikallisia jatkojalostajia ja jalostusketjuja
- Toimialat ja yksittäiset valtiot ylittävää yhteistyötä
- Selkeyttä rooleihin ja vastuisiin
- Ohjauskeinoja EU & kansallisilla tasoilla



Ota yhteyttä!



Anna Garton

Poistotekstiiliasiantuntija

+358 40 1866215

anna.garton@lsjh.fi

postconsumertextile.com

poistotekstiili.com

Lounais-Suomen Jätehuolto Oy

Kuormakatu 17,

20380 Turku, Finland