

December 2021

Velkommen til DM&T's splinternye nyhedsbrev om bæredygtighed. Nyhedsbrevet vil fremadrettet udkomme tre gange om året.

Bæredygtighed er i en rivende udvikling, både hvad angår lovgivning og ny viden og initiativer. Formålet med dette nyhedsbrev er derfor todelt.

For det første ønsker vi at give dig et overblik over de mange regulatoriske udviklinger, der lige nu finder sted i EU. Vi vil følge de initiativer, som vi mener vil få stor betydning for den danske branche. Da dette nyhedsbrev er det første i rækken, vil du opleve at beskrivelserne af de respektive initiativer er en del længere end i de kommende nyhedsbreve.

For det andet vil vi videreformidle information om de væsentligste nyheder fra bæredygtighedsverdenen. Vores dækning vil emnemæssigt være bred og favne miljø, kemi, cirkulær økonomi, menneskerettigheder og klima, men vi vil holde fokus på mode- og tekstilbranchen. For hver udvalgt nyhed vil vi skrive en kort omtale og give link til videre læsning. Formålet vil ikke være at dække samtlige nyheder, men udvælge de nyheder, som vi finder særligt relevante.

God læselyst og rigtig god fornøjelse.

REGULATORISKE UDVIKLINGER

Vi befinder os i en tid, hvor bæredygtighed i stigende grad bevæger sig fra at have været frivilligt for virksomheder til at blive reguleret. Derfor er der god grund til at holde øje med de regulatoriske udviklinger i EU og forberede sig på de krav der kommer. Vi vil løbende søge at dække følgende initiativer og eventuelle udviklinger indenfor de enkelte initiativer. Efter behov vil yderligere initiativer blive dækket.

- EU's Tekstilstrategi
- Sustainable Product Initiative
- Substantiating Green Claims & Empowering Consumers
- Due Diligence
- Corporate Sustainability Reporting Directive

EU's tekstilstrategi

Hvad er EU's tekstilstrategi?

EU har identificeret mode- og tekstilbranchen som et af de essentielle økosystemer i EU og lancerer i starten af 2022 en særskilt strategi for tekstiler som en del af EU's cirkulære handlingsplan. Formålet med tekstilstrategien er at skabe en bæredygtig og modstandsdygtig branche, der kan understøtte Green Deal-ambitionerne og EU's klimamål. Strategien forventes at kombinere krav og incitamenter for at accelerere en cirkulær omstilling af branchen og forbruget af tekstiler indenfor EU.

Hvorfor er den vigtig?

EU omtaler tekstil som det nye plastik og har i en række rapporter afdækket branchens store miljøaftryk. Strategien forventes derfor at indeholde en række policy initiativer direkte rettet mod branchen. Selvom vi endnu ikke ved hvad strategien vil indeholde, er nedenstående initiativer blevet nævnt i forbindelse med drøftelser af strategien.

- En udvidelse af ECO-design direktivet til også at omfatte bl.a. tekstiler og møbler (kan også komme som en del af Sustainable Product Initiative).
- Krav om øget gennemsigtighed og sporbarhed ift. produkter. Dermed vil strategien hænge direkte sammen med Sustainable Policy Initiative, Substantiating Green Claims og Empowering Consumers.
- Policy incitamenter til at øge cirkularitet, herunder indsamling, sortering, og genanvendelse af tekstiler samt udvikling af cirkulære forretningsmodeller og øget gensalg.
- Forbud mod afbrænding af ubrugte tøj og tekstiler.

Tidslinje:

Oprindeligt skulle der være kommet et forslag slut 2021, men indtil videre er det udskudt til foråret 2022.

Her kan du læse mere:

[Europakommissionen: Strategy for textiles](#)

[Europakommissionen: EU's strategi for bæredygtige tekstiler](#)

Sustainable Product Initiative (SPI)

Hvad er Sustainable Product Initiative?

Som en del af EU's cirkulære handlingsplan annoncerede EU Kommissionen et bæredygtigt produkt initiativ, Sustainable Product Initiative (SPI). SPI har sammen med Substantiating Green Claims og Empowering Consumers (se nedenfor) to følgende formål: i) øge andelen af bæredygtige produkter i EU og dermed muliggøre omstillingen til en klimaneutral, ressourceeffektiv og cirkulær økonomi og ii) øge sporbarhed og transparens om produkter med henblik på at bekæmpe greenwashing og hjælpe forbrugeren med at træffe bæredygtige valg.

Hvorfor er initiativet vigtigt?

EU har sat ambitiøse mål på klima og cirkulær økonomi, og for at nå disse er det nødvendigt med en massiv omstilling af den nuværende måde der designes, produceres, sælges og forbruges produkter i EU på. Ambitionen er at bæredygtige produkter skal være normen i EU og sammen med Substantiating Green Claims og Empowering Consumers initiativerne kan det komme til at betyde et markant skifte for virksomheder på EU-markedet bl.a. ift. design, sporbarhed, og mærkning af produkter i forhold til deres bæredygtighedsegenskaber. Som med tekstilstrategien ved vi ikke præcist, hvad SPI vil indeholde, men nedenstående initiativer bliver ofte nævnt i forbindelse med SPI.

- En udvidelse af ECO-design Direktivet til også at omfatte f.eks. tekstiler og møbler. Dette kan dog også blive formuleret som en del af tekstilstrategien.
- Kriterier for bæredygtigt produkt design: fokus på bl.a. holdbarhed, genbrug og reparation samt genanvendelse.
- Skærpede krav om skadelig kemi i produkter med henblik på at øge genanvendelse.
- Øgede krav om sporbarhed, eventuelt i form af krav om et digitalt produkt pas.
- Øget fokus på mikroplastik og udledning fra bl.a. tekstiler.

Tidslinje:

Oprindeligt skulle der være kommet et forslag slut 2021, men indtil videre er det udskudt til foråret 2022.

Her kan du læse mere:

[Europakommissionen: A European Green Deal](#)

Substantiating Green Claims & Empowering Consumers

Hvad er Substantiating Green Claims og Empowering Consumers?

Substantiating Green Claims og Empowering Consumers er to sammenhængende initiativer etableret med henblik på at bekæmpe greenwashing i EU. Forud for initiativforslagene har EU foretaget en række analyser blandt virksomheders udsagn om bæredygtige tiltag og har vurderet, at omtrent 50% er vildledende og ikke-dokumenterede. Dette er ikke nødvendigvis bevidst vildledning fra virksomhedernes side, men hænger bl.a. sammen med at der pt. eksisterer over 200 forskellige bæredygtighedsmærker indenfor EU og mange forskellige måder at opgøre drivhusgas emissioner. Den situation er forvirrende for virksomheder såvel som for forbrugere.

Hvorfor er initiativet vigtigt?

EU driver en ambitiøs forbrugerpolitik og har et ønske om at forbrugere skal være i stand til at træffe et informeret bæredygtigt valg i købsituationen. Det er ikke muligt med den nuværende mangfoldighed i mærkninger og standarder. Derfor er der behov for nogle rammer og en harmoniseret metode at opgøre et produkts miljøaftryk på. Det ønsker EU at indføre, og det vil få stor betydning for virksomheder i forhold til mærkning af produkter og kommunikation af produkters bæredygtige egenskaber.

Det forventes at initiativerne bl.a. vil adressere følgende:

- Krav om brug af livscyklusanalyse til vurdering af et produkts miljøaftryk. EU har over en årrække arbejdet på en harmoniseret metode for livscyklusvurderinger af produkter, også kaldet 'Product Environment Footprint' (PEF). I metoden har man defineret 16 miljø impact kategorier og skal danne basis for livscyklusvurderinger. PEF metoden er ikke kun henvendt tekstiler, men alle typer produkter og derfor skal der fremadrettet laves regler indenfor de forskellige typer produkter, også PEFCR (Product Environmental Category Rules). PEFCR for tekstiler forventes at blive udviklet i løbet af 2022.
- Øgede krav om sporbarhed, eventuelt i form af krav om et digitalt produktpas med reference til SPI-initiativet.

Tidslinje:

Oprindeligt skulle der være kommet et forslag slut 2021, men indtil videre er det udskudt til foråret 2022.

Her kan du læse mere:

[Europakommissionen: A European Green Deal OM PEF](#)

Lovpligtig Due Diligence

Hvad er Due Diligence?

Indenfor bæredygtighed er Due Diligence et begreb der bruges til at beskrive den systematiske proces en virksomhed løbende bør udøve for at sikre, at den udøver ansvarlig virksomhedsadfærd i forhold til mennesker, miljø og samfund. Due diligence er et centralt krav i OECD's Retningslinjer for Ansvarlig Virksomhedsadfærd og FN's Retningslinjer for Menneskerettigheder og Erhvervsliv.

OECD's retningslinjer opstiller due diligence som en kontinuerlig proces bestående af 6 faser, fra forpligtelse til rapportering. Kernen i processen er en kortlægning af, hvordan virksomhedens aktiviteter reelt eller potentielt indvirker negativt på mennesker, miljø og samfund. Denne risikovurdering skal efterfølges af en plan for hvordan den negative indvirken adresseres samt adgang til klagemulighed og genoprejsning for individer i tilfælde af krænkelse.

Der eksisterer en lang række redskaber om due diligence, og [DM&T toolbox](#) til bæredygtighed tager også afsæt i due diligence-processen.

Hvorfor er initiativet vigtigt?

Virksomheders ansvar i forhold til mennesker, miljø og samfund har hidtil hovedsagelig været reguleret af soft-law retningslinjer fra organisationer som OECD og FN. EU's holdning er dog, at det går for langsomt med at virksomheder implementerer retningslinjerne af frivillighedens vej og derfor meldte EU Kommissionen i april 2020 ud, at der vil blive udviklet en EU-lov på due diligence. Parallelt med udviklingen i EU har en række medlemsstater allerede udviklet national regulering på områder, f.eks. Frankrig, Holland og Tyskland.

En EU-due diligence-lovgivning er vigtig fordi den vil komme til at udgøre et fælles sæt spilleregler for virksomheders sociale og miljømæssige ansvar. Det forventes at en række af de kommende regulatoriske initiativer fra EU vil referere til den kommende lov. Det gælder f.eks. det nye rapporteringsdirektiv (se nedenfor).

EU-loven vil med stor sandsynlighed tage afsæt i OECD's retningslinjer for ansvarlig virksomhedsadfærd og FN's Retningslinjer for Menneskerettigheder og Erhvervsliv. Samtidig er der en række ting, som vi ikke ved, og som der spekuleres i. Det gælder bl.a. i hvilket omfang loven vil omfatte alle brancher og alle størrelser af virksomheder, og derudover hvorvidt loven vil omfatte ansvarlig selskabsledelse?

Tidslinje:

Oprindeligt skulle der være kommet et forslag slut 2021, men indtil videre er det udskudt til foråret 2022.

Her kan du læse mere:

[Europakommissionen: Corporate due diligence](#)

[DM&T toolbox til bæredygtighed](#)

Et nyt direktiv for bæredygtighedsrapportering

Hvad er Corporate Sustainability Reporting Directive?

Det eksisterende direktiv for bæredygtighedsrapportering "Non-Financial Reporting Directive" vil blive erstattet af et nyt "Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)". Det nye direktiv forventes at øge kravene til virksomheders bæredygtighedsrapportering på en række områder.

Hvorfor er initiativet vigtigt?

Formålet med det nye direktiv er at standardisere rapportering af bæredygtighedsdata således at det bliver nemmere, bl.a. for investorer, at sammenligne virksomheders performance på bæredygtighed. Barren for hvornår en virksomhed er omfattet af direktivet sænkes og derfor estimeres det at ca. 50.000 virksomheder i EU vil være omfattet af de nye krav mod tidligere ca. 11.000. Det nye direktiv vil omfatte følgende virksomheder: alle noterede virksomheder, også SME. Derudover alle større virksomheder som møder 2 ud af de følgende 3 kriterier: i) 250 medarbejdere og/eller; ii) 40 millioner Euro i årlig omsætning og/eller; iii) balancesum på 20 millioner.

Derudover vil det nye direktiv stille skrappe krav til detaljeret information på en lang række områder og vil hænge sammen med udviklingen af en ny EU-standard for bæredygtighedsrapportering, som er ved at blive udviklet af European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG).

Selvom unoterede SMV ikke vil blive omfattet direkte af direktivet vil de indirekte blive berørt via krav fra større kunder, investorer mv.

Det nye direktiv forventes at indeholde øgede krav om bl.a. følgende:

- Ekstern revision af den ikke-finansielle data.
- Mere detaljerede rapporteringskrav i henhold til kommende standard, bl.a. information om strategi og målsætninger og indikatorer, klimainsats i henhold til målsætninger i Paris Aftalen, due diligence og herunder risikostyring og mitigering.
- Digital 'tagging' af den indberettede data for at muliggøre digital læsning af rapporter og samling af bæredygtighedsdata for virksomheder i en europæisk digital database 'European Single Access Point'.

Tidslinje:

Det nye forslag blev adopteret i april 2021. Lige nu forhandles den endelige lovtekst mellem medlemsstaterne. Den endelige lovtekst forventes at ligge færdig start 2022, parallelt med at rapporteringsstandard fra EFRAG vil være klar.

Her kan du læse mere:

[Europakommissionen: Corporate Sustainability Reporting](#)

NY VIDEN

Rapport: Business from Circularity of textiles

VTT Technical Research centre of Finland har foretaget omfattende forskning, der inkluderer følgende temaer inden for cirkulær økonomi: forretningsmodeller, forbrugere, bæredygtige materialer, genanvendelse og produktinformation. I studiet blev der udviklet og forsket i cirkulære forretningsmodeller som leje og genanvendelse, undersøgt bæredygtige materialer, og forbrugernes holdning til recycling, leje, og køb af genbrugstøj, samt deres holdning til markedsføring og produktinformation. [LÆS RAPPORT](#)

Rapport: Røde Kors klimarapport

Røde Kors har i samarbejde med Planmiljø, Lodo og det svenske miljøinstitut udarbejdet en rapport, hvor de har kortlagt CO2-besparelsen ved køb af genbrugt ift. nye varer. Resultaterne viser, at ved salg af gennemsnitligt møbel giver en Co2 besparelse på 35 kg, og salg ved af et gennemsnitligt stykke herre- eller dametøj på henholdsvis 3,3 og 2,3 kg Co2e. Tallene bl.a. er udregnet ud fra en erstatningsrate på 50%. Erstatningsraten er, hvor meget mere tøj som forbrugeren vil købe grundet de sparede penge. [LÆS RAPPORT](#)

Rapport: 2021 Biodiversity insights of Textile Exchange

Textile Exchange har foretaget en undersøgelse af 157 virksomheders arbejde med biodiversitet. 51% anser biodiversitet som en prioritet, og 59% er indgået i en offentlig forpligtigelse for at adressere problemet. 38% har igangsat restorative og regenerative indsatser for at øge biodiversiteten, hvilket har åbnet for samarbejde på tværs af værdikæden og geografiske placeringer. 46% er begyndt at italesætte biodiversitet med deres interessenter. Rapporten er let overskuelig hvor du kan læse korte statements om virksomhedernes forskellige initiativer. [LÆS RAPPORT](#)

Artikel: Vogue Business: Changing fashion's buying practices: What's to come for brands.

Leverandørkontrakter leder ofte til et ulige magtforhold og næsten intet incitament til bæredygtig implementering hos leverandører. Studier viser, at størstedelen af brands stadig afslutter partnerskaber på baggrund af pris. Sidste-øjebliksændringer og korte leveringstider presser fabrikkerne og dermed arbejderne. Ifølge Better Buying Institute efterspørger leverandører bedre planlægning og transparens, så de bedre kan efterleve brands' behov og undgå overarbejde og at sub-contracting. [LÆS ARTIKEL](#)

Ny Fashion Charter

130 tøjvirksomheder og 41 støttende virksomheder har underskrevet den opdaterede fashion charter. Der er etableret en decarbonisering for at opnå Paris-aftalen om at begrænse temperaturstigningen til 1,5 grader celsius. Det centrale i den nyudgivne målsætning er opråbet om, at virksomheder bør sætte Science Based Targets (SBT'er) eller halverer deres udledning i 2030, og love at opnå net-zero emissioner senest i 2050. [SE CHARTER](#)

Rapport: ROADMAP TO NET ZERO - DELIVERING SCIENCEBASED TARGETS IN THE APPAREL SECTOR fra World Resources' Institute (WRI)

Hidtil har man estimeret, at tøjbranchen udleder 4% af det globale GHG-udledning, men ifølge nye beregninger fra WRI udleder tekstilsektoren 2%. Beregningen er bygget på data fra bl.a. Higg-indekset. Branchen kan reducere sin drivhusgasudledning ved at samarbejde om bedre indsamling af data, udskiftning af materialer herunder opskalere bæredygtige materiale- og procesalternativer, skifte til vedvarende energi, og investere i forskning og udvikling af materialer og løsninger. [LÆS RAPPORT](#)

Tool: CO2-beregning ved afholdelse af modeshows og fotoshoots

Infocus er en app, virksomheder kan bruge til at beregne deres klimaaftryk ved afholdelse af modeshows, events, fotoshoots og lignende. Beregningen bygges på udledning ved transport, rejse og styling (før-produktion), indkvartering, strøm og udstyr, studie/lokation, affald, set-opbygning, catering og leverandører med langedata fra bl.a. USA, UK; Frankrig og Italien. [SE TOOL](#)

Rapport: Sustainable Clothing Action Plan (SCAP)

Fra 2012-2020 har organisationen WRAP drevet det frivillige britiske tekstilprogram SCAP. Projektet havde til formål at nedsætte klimapåvirkningerne i de britiske tekstilværdikæder. Mere end 90 aktører tog del i projektet, svarende til 50% af den britiske salgsvolumen. De opsatte mål var: 15% reduktion af miljøpåvirkningerne for klimagasser gennem hele livscyklus, 15% reduktion af miljøpåvirkningerne for vand gennem hele livscyklus, 3,5% reduktion af mængden af genereret affald gennem hele livscyklus, 15% reduktion af tøj i husholdningsaffaldet. Resultater af projektet er: 21% for Klimagasser - 18,2% for vand - 2,1 % for affald. [LÆS RAPPORT](#)

Guide: Square Your Circle af WRI og WRAP

Square Your Circle hjælper brands med at foretage nøjagtige kalkulationer af, hvordan en genbrugsforretningsmodel påvirker deres virksomhed. 1. forøger udnyttelse 2. nedsætter miljømæssige påvirkninger 3. Beviser forskydning og afkobling af ressourceforbrug. Det er estimeret, at der er et globalt tab på ca. 500 milliarder dollars pr. år ved afskaffelse af tøj, før dets materialer er opslidt. Der understreges vigtigheden i at virksomheden er gennemsigtig i deres metode af udregning af påvirkningen ved at der købes genbrug i stedet for nyt. Dette skyldes at erstatningsraten ikke er 100% men nærmere estimeret til 50% eller lavere (30%), grundet de penge forbrugeren sparer ved køb af secondhand). [SE GUIDE](#)

Artikel: MUDP Projekt - Strauss Skrædderi har udviklet indleveringssystem

Strauss Skrædderi har med støtte fra MUDP udviklet et system, hvor forbrugere kan indlevere deres tøj, imens de er ude og handle dagligvarer. Formålet er at fremme reparation af tøj for at reducere udledningen af CO2. Ifølge Nordisk Ministerråd udledes der 15 kg. CO2 ved produktion af 1 kg tøj. Systemet vil gøre det nemt og billigt for forbrugere at få deres tøj repareret, og Carsten Strauss udtaler, at systemet både kan skaleres op og udvides til andre produktgrupper så som telefoner. [LÆS MERE](#)

Politisk udspil: Tekstilstrategi

Danmark er blandt 11 lande, der har sendt et brev til EU om tiltag, de finder nødvendige i den kommende EU-tekstilstrategi. Der bliver talt for, at strategien bør berøre og integrere sociale og miljømæssige problematikker i hele tekstilværdikæden. Der bliver bl.a. nævnt initiativer for: Closing the loop (forhindrer afbrænding, krav til offentligt indkøb, fast fashion), produktkrav (kemikalier, bæredygtighed), og transparens of forbrugerinformation. [LÆS BREVET](#)

SAC's Higg-index

Du har sandsynligvis før hørt om Higg-Index der består af fem kerne-værktøjer der måler hvordan brand præsterer socialt og miljømæssigt i deres værdikæder. Desuden den miljømæssige påvirkning af produkter heriblandt mængden af vand-brug, Co2 forbrug og arbejdsforhold. [Læs mere om Higg-Index i interview med SAC's vicepræsident Jeremy Lardeau](#) eller på [Apparel Coalitions egen hjemmeside](#)

Qarma - kvalitet og Compliance tool

Qarma gør det muligt for virksomheder at planlægge, udøve, kontrollere og rapportere kvalitets- og compliance-aktiviteter i samarbejde med leverandører både i 'real-time' og 'on-site'. Der kan kun sendes billeder og korte videoer i 'real-time', hvilket gør kvalitetssikring og compliance arbejdet mere troværdigt. Desuden har værktøjet en automatisk oversættelse så alle aktører kan skrive på sit eget sprog. [Læs mere på Qarmas hjemmeside](#)

Rodinia Generation, en mikro-fabrik

Et mikrofabrikkoncept, hvor der kun bliver produceret præcis den mængde, der er behov for, og hvor der er behov for det, uden at gå på kompromis med profit og planet. Produktionen igangsættes lige efter varen er bestilt, og der er lige nu 3 ugers lead-time og Rodinias målsætning er at på sigt nedsætte leveringstiden til kun 48 timer. Læs [DM&T's interview med grundlægger Trine Young](#) eller se mere på [Rodinia Generations hjemmeside](#)

Rapport fra Apanel Impact institute: Unlocking the trillion-dollar fashion decarbonisation opportunity

Rapporten kortlægger tilgængelige og innovative løsninger og specificerer den finansiering, der er behov for fra forskellige interessenter til at opnå målet om net-zero CO2-udledning i 2050. Ifølge AII er brands bindeledet

mellem interessenterne i og udenfor værdikæden og spiller derfor en vigtig rolle i at generere investering. [LÆS RAPPORT](#)

Rapport fra Ellen MacArthur Foundation: Redefining business models for a circular fashion industry

Rapporten illustrerer hvordan Cirkulære forretningsmodeller er en god mulighed for vækst i modebranchen. Studiet undersøger hvordan virksomheder kan opnå miljømæssig ansvarlighed samt de økonomiske muligheder i cirkulær økonomi og fremhæver eksempler af de virksomheder der allerede har implementeret sådanne initiativer. [LÆS RAPPORT](#)

Scaling Circularity - GFA og McKinsey

Scaling Circularity er resultatet af the Circular Fashion Partnership (CFP), et multistakeholder-initiativ bestående af brands, recyclere, samt det danske og Bangladeshiske udenrigsministerium. 1013 ton tekstilaffald er registeret i Reverse Resource platformen, desuden er der stort kapacitetsgap, da den nuværende garnproduktion kun består af 5-7% genanvendte fibre, og da 40% af fibre består af bomuld, er der behov for implementering af kemikaliebaseret recirkulering for at igangsætte genanvendelse af de tilbageværende 60%. Ydermere estimerer McKinsey at der kan genereres et marked på 4,5 milliarder USD ved at skalere postindustrielt tekstilaffald i de seks største industrilande i sektoren. [Læs mere](#)

Rapport: Take-back of textiles – Design for circularity in Denmark

Studiet præsenterer business-cases fra følgende fire designområder: Mode, arbejdstøj, møbler og tæpper. Indenfor de kategorier er der studeret cirkulære forretningsmodeller og processer der omfatter resale, og udlejnings-platforme, Take-back systemer, samt genopretning af fibre. Studiet har blandt andet vist at via gensalgplatforme kan virksomheder få indsigt i deres produkters værdi samt nå kundesegmenter de ellers ikke vil nå grundet reducere i pris. [LÆS RAPPORT](#)