

## Europa refuerza su programa medioambiental del textil con un consejo asesor

Bruselas puso en marcha a finales de 2015 el European Clothing Action Plan (Ecap), dotado con 3,6 millones de euros, que trabaja con marcas de moda, fabricantes y organizaciones de reciclaje para reducir los desechos textiles en Europa.



Europa refuerza su programa medioambiental del textil y crea un consejo asesor. El **European Clothing Action Plan (Ecap)**, [que Bruselas puso en marcha a finales de 2015 con una dotación de 3,6 millones de euros](#), ha armado su estructura con un consejo asesor compuesto por ocho miembros de distintas disciplinas.

En este sentido, se han incorporado a este órgano el delegado general de la división textil de Bureau of International Recycling en Reino Unido, Alan Wheeler; el vicepresidente para Europa de Sustainable Apparel Coalition (SAC), Baptiste Carriere-Pradal; el coordinador de acuerdos sobre ropa y tejidos en Sociaal-Economische Raad en La Haya (Holanda), Jef Wintermans; el director del programa alemán de productos textiles sostenibles, Juergen Janssen; la gerente de WWF International, Laila Petrie; el responsable de negocio sostenible de Euratex, Mauro Scalia; la directora del centro de investigación de la University of



## DE INTERÉS para el Sector

CENTRO TECNOLÓGICO DEL CALZADO DE LA RIOJA

---

Arts de Londres, Rebecca Earley, y la directora del programa sobre la moda sostenible en Suecia, Sigrid Barnekow.

Este grupo de personas se encargará de dar asesoramiento a las organizaciones asociadas y responsables de ejecutar determinadas áreas de acción. El Ecap confía además en la influencia de los miembros de este comité para forjar nuevas asociaciones con las partes implicadas y con las empresas.

El programa se forjó para diseñar productos con una vida más larga, teniendo en cuenta que el 80% del impacto ambiental de la industria de la moda se define en la base de diseño. Además, el Ecap pretende conseguir que un menor porcentaje de ropa se incinere o termine en vertederos, que los consumidores compren menos ropa y la usen por más tiempo y que se innove en modelos de negocio para impulsar el crecimiento del sector.

Fuente: [Modaes.es](http://Modaes.es) 09 Mar 2017