

Lindex viser store fremskritt for sin mer bærekraftige mote

Lindex er i topp ti, som en av verdens største forbruker av økologisk bomull og mer bærekraftige materialer som Lyocell og resirkulert polyester, i følge Textile Exchange sin seneste rapport.



"Vi jobber kontinuerlig med å øke andelen fibrer fra mer bærekraftige kilder og er meget stolte over våre fremskritt. Målet vårt er at bomullen vår skal være mer bærekraftig, og at 80 prosent av alle våre plagg skal komme fra mer bærekraftige fibrer i 2020. Vi har hittil nådd et nivå der mer enn halvparten av vårt totale sortiment kommer fra mer bærekraftige materialer", sier Anna-Karin Dahlberg, Production Support Manager hos Lindex.

25 prosent av Lindex sitt totale sortiment består av økologisk bomull, og som en del av sitt dedikerte arbeid med å øke bruken av bærekraftige materialer, jobber Lindex også med å erstatte de syntetiske fibrene med mer bærekraftige alternativer som Lyocell og resirkulert polyester.

Utover å øke bruken av mer bærekraftige materialer, har Lindex intensifisert sitt arbeid med å forbedre sine produksjonsprosesser for å kunne redusere bruken av vann, energi og kjemikalier. Motekjeden har blant annet sett over vaskeprosessene i sin denimproduksjon, og har som mål å utvide arbeidet med mer bærekraftige prosesser til flere produkter enn denim.

Textile Exchange, som nylig publiserte markedsrapporten om mer bærekraftige fibrer og materialer, er en global non profit-organisasjon som fokuserer på å minimere de skadelige effektene av den globale tekstilindustrien og maksimere de positive effektene. Textile Exchange er bransjeledende innen miljømessig og sosialt foretrukne fibrer og materialer og produserer årlige markedsrapporter.

For mer informasjon, kontakt:

Hanne Wergeland
Press Contact, Lindex Norge
Tel: 47 41407612
E-mail: hanne.wergeland@lindex.com

Lindex er en av Europas ledende motekjeder, med rundt 490 butikker i 18 land. Lindex sitt forretningskonsept er å tilby inspirerende og prisgunstig mote til den moteinteresserte kvinnen. Sortimentet inneholder flere ulike konsepter innen damemote, barnemote, undertøy og kosmetikk. 42 % av sortimentet kommer fra mer bærekraftige kilder, og Lindex har forpliktet seg til å nå 80 % innen 2020. "We Make Fashion Feel Good" er Lindex sitt kommunikasjonskonsept, som tydelig formidler hva Lindex gjør og står for. Lindex er en del av den finsklistede Stockmann-gruppen. Mer informasjon på <http://www.lindex.com/no/>