

Futureproof textiel-, hout- en meubelsector in Oost-Vlaanderen

Eindverslag bedrijfsinterviews



Situering

Dit rapport is een weerslag van interviews met zes bedrijven in Oost-Vlaanderen, waarvan drie actief in de textielsector en de overige in de hout- en meubelsector. Dit rapport geeft weer waar de bedrijven voor staan en waarom ze zo belangrijk zijn voor Oost-Vlaanderen. Maar ook wat de bedreigingen zijn voor hen en hoe de overheden meer partner moeten worden van deze bedrijven door holistisch mee te denken en steun te bieden en niet enkel met het vingertje te wijzen.

Bedrijven

1	VDS Weaving	p3
2	Annabel	p6
3	SAAD-Besseleers	p9
4	Perfecta	p12
5	Funico	p16
6	Rotom	p20

VDS Weaving

- Technisch textiel
- Oudenaarde
- Gestart in 1935
- 20 medewerkers
- 7 miljoen omzet
- 1000 ton garen per jaar
- Ontwikkelen producten in samenwerking met Imec (zonnepanelen) en Vito (waterzuivering)



VDS Weaving

Oudenaarde Technisch textiel

VDS Weaving is een familiebedrijf opgericht in 1935 en was oorspronkelijk een wolweverij. Doorheen de geschiedenis hebben ze voortdurend de best

beschikbare technologieën ingezet en geïnvesteerd in innovatie gericht op de noden van de steeds veranderende markt. Sedert het begin van de 21^{ste} eeuw zijn ze volledig geconverteerd tot **producent van technisch textiel** en maken hiervoor gebruik van een multitude aan synthetische garens. De grondstoffen worden in grote mate vanuit China aangevoerd. Op dit moment ervaren ze geen enkel probleem bij het **sourcen van grondstoffen**, maar mogelijke verschuivingen in de geopolitieke toestand zouden op termijn wel een bedreiging kunnen vormen.

De geproduceerde weefsels worden in heel wat sectoren van de industrie gebruikt, bv. in de automobielandustrie, energie, scheepvaart, transportbanden, composieten, bouw, filtratie, transportzakken, ... en zijn meestal onzichtbaar of verborgen in het eindproduct.

Deze gespecialiseerde producten worden on demand en in co-creatie met de klant ontwikkeld, vaak in het kader van gesubsidieerde private onderzoeksprojecten. VDS Weaving heeft een sterke reputatie opgebouwd en heeft ondertussen een ruim netwerk aan partnerbedrijven in België en de EU. Een van hun topprioriteiten is het voortdurend **zoeken naar nieuwe markten** zonder louter in concurrentie te gaan met andere bedrijven.



Het vinden van goed geschoold, technisch personeel op de werkvloer is bijzonder moeilijk en wordt als een bedreiging ervaren. Daarnaast zijn ook het gebrek aan ruimte en de hiermee gepaard gaande prijs van gronden in de nabijheid een rem op verdere uitbreiding van het bedrijf.

Een duurzame toekomst

De eerste stappen in het verduurzamen van hun productgamma zijn genomen. Waar mogelijk wordt gewerkt met monomaterialen zodat het recycleren eenvoudiger wordt. Gezien de hoge techniciteit van de producten is duurzaamheid niet altijd gemakkelijk. Functionaliteit, kwaliteit en veiligheid zijn immers doorslaggevend.

Anderzijds zorgen deze eigenschappen er voor dat de producten van nature duurzaam zijn omwille van hun lange levensduur.

VDS weaving erkent de zin van de EU strategy for sustainable and circular textiles, maar benadrukt de nood aan enerzijds **stysteemdenken** en anderzijds een meer **globale aanpak bij het ontwerpen van de wetgeving die de transitie van de textielsector naar een groene sector** moet ondersteunen. Alle overheden, van EU- tot lokaalniveau, moeten het algemene belang voorrang geven en op hun hoede zijn voor lobbygroepen die het eigenbelang centraal stellen. Hierbij is het belangrijk om op lange termijn te denken en niet van verkiezing naar verkiezing. Daarnaast wordt ook het belang van duidelijke, realistische wetten en een kmo-vriendelijke implementatie benadrukt. Ondanks het feit dat ze niet rechtstreeks te maken hebben met de nieuwe due diligence regelgeving, worden ze hier toch mee geconfronteerd. Grotere bedrijven die klant zijn bij VDS Weaving eisen meer en meer dat ook zij bepaalde certificaten kunnen voorleggen die hun praktijk op milieu- en sociaal gebied weerspiegelen.



Annabel

- Meubelstoffen en gordijnen
- Mariakerke
- Gestart in 1848
- 80 medewerkers (60 in productie)
- 20 miljoen omzet
- 3 miljoen lopende meters afgewerkt product per jaar
- 100% made in Belgium
- 95% export

Annabel

Mariakerke Meubelstoffen en gordijnen

Annabel is van oorsprong een familiebedrijf dat in 1974 in Mariakerke van start ging als producent van meubelstoffen



en gordijnen. Een goed jaar terug werd Annabel overgenomen door Christophe Vermeersch die sinds 2019 ook al de acquisitie van de oudste weverij van België, Calcutta, op zijn naam had staan. Begin dit jaar werd ook AG Tex toegevoegd aan de bedrijvengroep. De drie bedrijven zijn complementair waardoor ze zowel actief kunnen zijn in de sector van **luxueus interieurtextiel** als in het **technisch textiel**.

Ook bij Annabel krijgen we te horen dat **sterke allianties**, waarbij gewerkt wordt in een **lokaal ecosysteem van bedrijven** en **productdifferentiatie** belangrijk zijn om productie in Oost-Vlaanderen te kunnen blijven aanhouden. Daarnaast wordt ook heel sterk ingezet op een **alternatieve distributieketen** waarin nauw wordt samengewerkt met architecten en interieurvormgevers en op **totaalconcepten met full service**. Deze markt is zowel sterk R&D gedreven als design gedreven waarbij het aanbod aan muur-, raam- en vloerdecoratie volledig op elkaar is afgestemd. Met het merk MUBLO ontwikkelde Annabel een lifestyle brand waarmee ze zich richten op de B2C markt. Hiermee mikken ze niet enkel op de professionele horeca, maar ook op de gewone consument en de geboden service gaat tot en met de installatie. Dit heeft voor gevolg dat **promotiemateriaal** en **sampling** een belangrijk aspect van de verkoopstrategie vormen.

De strijd aangaan met China en Turkije

In het segment interieurtextiel ervaren ze een sterke volatiliteit en prijsdruk vanuit China en Turkije. Dit impliceert een risico waarbij nieuwe ontwikkelingen simpelweg 'geëxporteerd' worden voor productie. Desondanks blijft ook de traditionele B2B markt een belangrijke markt voor Annabel. Enkel hierdoor is het mogelijk om de B2C markt te bespelen. Een heel specifiek product is het wasbare tapijt dat verkocht wordt onder de naam Jacky & the Fish en waar de **customer experience** centraal staat.



Momenteel werken zo'n 80 personen bij Annabel. Ook hier krijgen we te horen dat de **zoektocht naar hoog opgeleid, gemotiveerd en technisch personeel** heel moeizaam verloopt. Acht van de negen openstaande vacatures zijn technische profielen.

Duurzaamheid is een belangrijk aandachtspunt en er is dan ook begrip voor de EU strategy for sustainable and circular textiles, maar **in regel zijn met de strenge wetten impliceert**

aanzienlijke kosten waardoor er met ongelijke middelen wordt gestreden tegen door de staat gesubsidieerde landen zoals Turkije en China. Ze verwachten **betere controle op de interne markt**, een meer **globale aanpak** en meer **steun bij de implementatie**. Ook de **subsidiemogelijkheden** dienen dichterbij de bedrijven gebracht worden. Algemeen vinden ze dat de overheden te weinig partner zijn van de bedrijven. Het lijkt dat electoraal voordeel primeert op het algemeen belang. De grote afhankelijkheid van China wordt eveneens als een bedreiging ervaren.

SAAD-Besseleers

- Breigoed
- Sint-Niklaas
- Gestart in 1946
- 9 medewerkers, zaakvoerders werken mee in atelier
- 2 miljoen omzet
- Belgische labels Xandres, Nathalie Vleeshouwer, Cesar Casier als klant

SAAD- Besseleers

Sint-Niklaas Breigoed

SAAD-Besseleers is een vierde generatie familiebedrijf dat 70 jaar terug werd opgericht. Ze produceren

voornamelijk **dames- en herenbreigoed** voor het midden-hoog marktsegment. Ze bieden eigen collecties aan, maar werken in hoofdzaak samen met de stylisten van hun klanten. Ook dit bedrijf hecht veel aandacht aan **nauwe samenwerking met hun klanten**. **Flexibiliteit en oplossingsgerichtheid** staan centraal. De productie beperkt zich in hoofdzaak tot kleine collecties en prototypes. 1989 was het kantelpunt voor het wegvallen van grote producties. In die periode hadden Belgische breiers geen goede reputatie. Velen waren niet in staat om complexe fully fashioned producten te maken en dit werd ook weerspiegeld op degenen die het wel konden. Ondertussen is SAAD-Besseleers zowat het laatste overblijvende bedrijf van de eens zo sterke breigoednijverheid in Sint-Niklaas. Voor de confectie van het breigoed zijn ze reeds 10 jaar uitgeweken naar Roemenië waar ze werken met een onderaannemer.

Volatiliteit van de markt en schaarheid van personeel

Ondanks de goede relaties met hun klanten, voelen ze de **sterke afhankelijkheid van de modesector** als een bedreiging aan. Ze merken op dat in het middenklasse segment de aandacht voor de **customer experience** groter wordt dan het aanbieden van een goede kwaliteit.



Ze willen werk maken van **meer differentiatie naar technische producten**. Op die manier willen ze minder afhankelijk worden van deze zeer volatiele sector waar één van de klanten in staat is voor 50% van de productie. Ze zijn bereid hierin te investeren, maar wisten niet dat hiervoor subsidies kunnen worden aangevraagd.

Momenteel werken ze met 10 werknemers. Net zoals bij de andere bedrijven is het **vinden van technisch geschoold personeel** een uitdaging. Breien is complex en vergt een sterk technologisch inzicht. Die kennis is soms nog te vinden bij personen met een migratieachtergrond, maar vaak wordt dan gebotst op een **taalbarrière** met de andere werknemers.



Het bedrijf is weinig bekend met de EU strategie voor duurzaam en circulair textiel en met de sterk veranderende wetgeving. Ze werken met garens gekozen door hun klanten. De vraag naar duurzame en/of gerecycleerde garens is op dit moment zo goed als onbestaande (prijs primeert). Anderzijds zijn ze zich er wel van bewust, mocht de vraag komen, het een hele uitdaging zal zijn om hiermee op vorm te breien.

Perfecta

- **Stoelen en tafels**
- **Gavere**
- **Gestart in 1960**
- **100 medewerkers**
- **20 miljoen omzet**
- **100% gemaakt in Gavere**
- **40% export**
- **Zaagsel wordt gebruikt voor de totale verwarming van de site**

Perfecta

Gavere Stoelen en tafels

In 1960 werd Perfecta opgericht door zijn huidige afgevaardigd bestuurder Antoon Vanderschelden. De 4 kinderen zijn vandaag in het bedrijf

werkzaam en hebben elk hun verantwoordelijkheid. Het bedrijf is 40.000 m² groot en telt 130 medewerkers.



Personeel opleiden

Momenteel is het **vinden en blijvend motiveren van personeel** een grote uitdaging. Er komt nog vrij veel handenarbeid aan te pas en de jonge generatie is hier minder toe aangetrokken en geeft vaak de voorkeur om te werken in grotere bedrijven uit de regio. Het bedrijf ziet hierin ook een uitdaging voor de overheid om de mentale gezondheid en werklust van jongeren te verbeteren. Perfecta zal deze jongeren nodig hebben gezien momenteel **75% van het personeel ouder is dan 50 jaar**. Het bedrijf voorziet interne opleidingen voor specifieke taken (vb. het stofferen) gezien vakmanschap moeilijk is te vinden.

Perfecta bouwde op logistiek vlak een uitstekende reputatie op door correct en snel te leveren. **Alle productiefacetten zijn in eigen beheer** en alles (metaalbewerking, schrijnwerkerij, stoffering en montage) wordt op één locatie uitgevoerd.

De Belgische markt blijft voor Perfecta de belangrijkste en Frankrijk vertegenwoordigt 1/3^e van hun exportmarkt. Perfecta verkoopt aan een uitgebreid netwerk van meubelwinkels, slaapwinkels, projectinrichters of distributeurs van kantoormeubelen.

Oorspronkelijk werden stoelen in sobere standaardstijl geproduceerd. Er werd gelukkig tijdig ingespeeld op de markt van eetkamerstoelen met uitbreiding en upgrading van stijl.

Prijszetting

Een correcte prijszetting is een belangrijk, maar niet eenvoudig aspect. Het betreft immers zelden een impulsaankoop en men gaat vaak vooraf online op zoek. De **concurrentie uit China** wordt door zijn verhoogd kwaliteitsaanbod ook steeds steviger. De **lage belasting op zee- en luchttransport** maken er de concurrentiële positie niet beter op.



Milieubewust en lokaal kopen wordt wel door veel instanties aangemoedigd maar het bedrijf ziet dit helaas in praktijk te weinig gebeuren. Men heeft het gevoel dat de troef **'made in Belgium'** **verzwakt** is. Het bedrijf vindt het belangrijk dat er

op korte termijn in overheidsopdrachten ook eisen komen die **circulariteit** stimuleren. Mogelijkheden tot herstellen of bijbestellen kunnen in een eisenpakket immers leiden tot een langere levensduur.

De **impact van de mode-industrie** op de ontwerpen neemt toe. Hierbij is het vaak zoeken naar een evenwicht om gepast te kunnen inspelen op snel wijzigende tendensen op korte termijn zonder een planning op langere termijn uit het oog te verliezen. Collecties worden daarom met veel combinatiemogelijkheden uitgewerkt.

Het bedrijf is bezorgd dat zijn **kleinschaligheid** (vb. in vergelijking met grote spelers) een belemmering vormt om bepaalde circulaire concepten (zoals terugnemen, hergebruiken) toe te kunnen passen. **Repair, re-use en refurbish** (zoals herstofferen) is momenteel vaak **duurder dan nieuw** produceren.

Het bedrijf dient ook **alternatieve markten** te zoeken voor dalende of weggevallen markten. UK haakte af na Brexit, Nederland is door de veel ketens moeilijk geworden en de volledige eet-of slaapkamer-sets worden vervangen door losse stukken. Kringloopwinkels palmen ook een deeltje van de markt in.

Men werkt binnen het bedrijf dan ook voortdurend aan innovatie van de productieprocessen. Ook de gebruikte materialen & modellen zijn sterk geëvolueerd en geïnnoveerd.

De digitalisering ter ondersteuning van verkoop (webshop, website, digitaal visualiseren) wordt ook als zeer belangrijk ervaren.

De evolutie naar het circulaire is een uitdaging maar de milieubewuste keuzes bieden zeker ook opportuniteiten. Perfecta kijkt positief naar deze toekomst.

Funico

- Doodskisten
- Drongen
- Gestart in 1963
- 185 medewerkers (120 in productie)
- 120.000 doodskisten per jaar
- 37 miljoen omzet
- 100% productie in België
- 50% marktaandeel in België

Funico

Drongen Doodskisten

In 1963 namen Marcel en Lieve Decuyperre een begrafenisonderneming en een carrosseriebedrijf over.

Het bedrijf Demaco

evolueerde al gauw naar een succesvolle producent van uitvaartkisten.



Tijdslijn

1987 - Ze geven de fakkel door aan hun zoon Bart Decuyperre, die samen met zijn partner verder bouwt aan de expansie van het bedrijf.

1991 - Demaco nestelt zich op het Industriepark te Drongen. Na intense verbouwingen en uitbreidingen in 1998, werd het pad naar de toekomst geplaveid.

2000 - 'Funico International' wordt opgericht door Bart Decuyperre en TrustCapital, naar aanleiding van de overname van 'Cercueils du Nord'.

2006 - De firma Vandenbosch wordt overgenomen en Gimv en Vectis-participaties komen aan boord. In 2008 versterkt de groep zich verder met de overname van Polydis en in 2014 wordt een andere fabrikant Walbrecq - Leleux geïntegreerd.

oktober 2014 - D2E Capital neemt de holding over samen met Decuyperre bvba. D2E Capital wil hierdoor Funico International voort doen groeien, niet alleen in Frankrijk, maar ook in andere Europese landen.

januari 2017 - De firma's Vandenbosch - Polydis en Demaco worden omgedoopt tot één bedrijf **Funico**.

Waar de huidige groepsproductie 90.000 uitvaartkisten bedraagt, is de ambitie dit naar 125.000 tot 150.000 kisten te brengen binnen de vijf jaar.

Het bedrijf telt circa 200 werknemers, waarvan er circa 125 in België werkzaam zijn.

Men handelt binnen een **nichemarkt** met een eerder standaard product. 95% van de uitvaartkisten heeft immers een standaardafmeting. De markt is weinig veranderlijk gezien sterftcijfers vrij stabiel zijn. Groeipotentieel zit bijgevolg in **uitbreiding van activiteit naar het buitenland** (bv. Frankrijk en Nederland) en in **overnames**. België blijft voor Funico de hoofdmarkt (50%) en Frankrijk is hun belangrijkste groeimarkt gevolgd door Nederland.

Cultuurverschillen zorgen voor verscheidenheid in gebruikte materialen en besteding van budgetten voor de kisten. Men ziet een evolutie naar meer **milieubewuste keuzes**. Voor Frankrijk en België worden de kisten voornamelijk uit massief hout geproduceerd. De toename aan crematies zorgt voor een verschuiving in de markt naar goedkopere kisten. Als gevolg stijgt de vraag naar kisten vervaardigd uit MDF en spaanplaat.

just-in-time leveringen

Het cliënteel van Funico bestaat uit begrafenisondernemers. De **continue gevraagde bereikbaarheid** is voor Funico een hele opdracht. Correcte uitvoering en stiptheid zijn uitermate belangrijk en dit alles moet men steeds op korte termijn realiseren.

Om deze **correcte en just-in-time levering** mogelijk te maken worden

deelelementen geproduceerd en gestockeerd. De assemblage en afwerking gebeurt dan op het laatste moment. Dit zet een immense druk op het productieproces en zorgt ook wel voor een aparte dynamiek.



Gezocht: personeel

De **uitbreiding van het aantal werknemers** is hierbij een moeilijke opgave. Ondanks het sterk omkaderend personeelsbeleid is het moeilijk om werknemers blijvend te motiveren en heeft men een groter verloop dan gewenst. Jonge krachten zijn vaak ook sterker aangetrokken door de grotere bedrijven uit de regio. Sinds corona is **absenteïsme** toegenomen en is de **arbeidskost** flink gestegen. De grote **diversiteit aan culturen en taal** op de werkvloer maken de communicatie niet altijd eenvoudig. Via verschillende actiepunten probeert men op deze moeilijke arbeidsmarkt in te spelen:

- continu aanwerven
- werken met uitzendkrachten, VDAB
- Facebookcampagnes
- premie 'ambassadeur' voorzien
- deelnemen aan jobdagen op scholen

Sterk gestegen **grondstof- en energieprijzen** waren de voorbije periode een sterke uitdaging en konden niet volledig worden doorgerekend naar de klant. Toch wordt de toekomst positief ingeschat en men ziet momenteel de schommelingen in deze prijzen afzwakken. De moeilijke arbeidsmarkt en ook de overheidstekorten blijven echter wel een bezorgdheid.

Men neemt in het bedrijf heel wat stappen om te differentiëren en innoveren:

- groothandel in urnen, balsem, verzorgings- en make-up artikelen, kaders
- personaliseren van de kist
- ecologische en ontwerpinnovatie (vb. kist op basis van vlas, pitriet)
- IT innovaties noodzakelijk voor een goede geoptimaliseerde logistieke werking
- investeringen in automatisering en optimalisering van het productieproces
- investeringen die leiden tot een goede afvalverwerking (vb. aanmaak briketten, productie urnen uit resthout)

Het bedrijf probeert zich in de markt te onderscheiden door sterk servicegericht te denken en de begrafenisondernemer zo veel mogelijk te ontzorgen.

Rotom

- Houten pallets
- Hamme
- 65 medewerkers
- 2 miljoen pallets per jaar
- 400.000 pallets in stock

Rotom

Hamme Houten pallets

De producten en diensten die de RotomGroep aanbieden worden verzorgd door meer dan 500 medewerkers, verdeeld over meerdere



Europese vestigingen. Het hoofdkantoor is gevestigd in Nederland. De productie van houten pallets vormde de basis en specialiteit van Rotom. Dit werd uitgebreid met duurzame logistieke producten en diensten.

Duurzaamheid staat bij Rotom centraal. Naast nieuwe worden ook de oude paletten teruggenomen. Deze worden geklasseerd per soort en hersteld indien nodig en mogelijk. Daarnaast zet Rotom zeer actief in op **pooling**. Bij pooling maken meerdere klanten gebruik van logistieke middelen uit een emballagepool die 2Return (Rotom) beschikbaar stelt. 2Return is eigenaar en beheert de emballagepool. De pool bestaat uit kunststof pallets, inklapbare boxen en containers. De klant betaalt een vergoeding voor distributie, transport, gebruik, reparatie en administratie van de emballage.

EPAL-pallets vormen een belangrijk aandeel van de pallets. EPAL is het Europees keurmerk voor de palletindustrie. Gebruik van EPAL-pallets zorgt ervoor dat de klanten een kwaliteitsgarantie hebben en precies de afmetingen kennen, wat optimaal inzetten van pallets mogelijk maakt en aldus duurzaamheid bevordert.

Er worden ook **nichemarkten** bedient (vb. vervoer van kabels voor offshore en windmolenparken). Op 5 jaar is de groei verdubbeld en volume is belangrijk.

Sterk gestegen **grondstofprijzen** en **logistieke problemen** waren de voorbije periode een sterke uitdaging voor de houtsector. De belangrijke Europese **houtimport vanuit Rusland** werd sterk verstoord.

Van palletfabrikant naar logistiek consultant

Rotom is geëvolueerd van palletfabrikant naar **logistiek consultant**. De eigen productie van de pallets levert hierbij wel een meerwaarde naar de klant toe.

Rotom zet sterk in om een **complete en duurzame logistieke partner** te zijn en bedenkt samen met de klant wat de mogelijkheden zijn om zijn proces te verduurzamen. Productie op maat, reparatie op locatie, verhuursystemen, hergebruik, het ligt allemaal binnen de aangeboden mogelijkheden. Met klanten en stakeholders wordt samengewerkt en zo worden ook voor complexe transporten duurzame oplossingen bedacht. Duurzaamheid en economische beweegredenen kunnen hierbij optimaal samengaan.

De Brexit zorgde voor meer administratie maar had verder geen grote impact.

Er werd geïnvesteerd in de aanmaak van een **webshop** en logistiekonline.be is een grote stijger. Ook voor professionele klanten die geen gebruik maken van de webshop kan het een handig instrument zijn.

Rotom levert veel inspanningen om **geschikte medewerkers** te vinden en om voor hen een goede werkomgeving te creëren. Probleemoplossend denken, digitalisatie kunnen aanpakken, omgaan met ERP-software systemen zijn gewenste competenties. In 2024 wil men de opleidingsplannen uitbreiden.

Er is een grote **diversiteit** naar herkomst bij de werknemers. **Communicatie** kan al eens een probleem zijn, maar dit blijft wel beperkt. Een goede ergonomie is binnen het bedrijf ook belangrijk gezien het fysiek zwaar werk betreft. De werknemers zijn voornamelijk mannen van jongere leeftijd.

Rotom levert ook inspanningen om de eigen voetafdruk te verminderen. Het aanbod van een breed pakket aan diensten en het kunnen ontzorgen van de klant zijn sterke punten voor Rotom en het bedrijf ziet de toekomst positief.

Besluit

Tijdens de bezoeken aan deze Oost-Vlaamse bedrijven, konden een aantal gelijklopende thema's gedetecteerd worden.

De **'goesting' om te ondernemen** en er blijvend te willen voor gaan is bij alle bedrijven sterk aanwezig. Net als de **wilskracht** om in cruciale momenten beslissingen te nemen die belangrijk zijn voor het voortbestaan van het bedrijf.

Ondernemen in Oost-Vlaanderen vergt **sterke (regionale) allianties, flexibiliteit en productdifferentiatie**. Tijdens de bezoeken werd ook duidelijk dat de geboden **customer experience** een belangrijke troef is om klanten te binden. Dit geldt zowel voor de B2B als de B2C markt. Co-creatie, personalisatie, omni-channel ervaringen, totaaloplossingen en pro-actief handelen maken hier allemaal deel van uit. Samen met de hoge kwaliteit en innovatie die deze Oost-Vlaamse bedrijven garanderen, zijn dit de wapens waarmee de concurrentie kan aangegaan worden met lagelonen- en/ of door de staat gesubsidieerde landen zoals China en Turkije.

Bij de textielbedrijven speelt de **shift naar meer technisch textiel** een belangrijke rol. Bij twee van de drie bedrijven is dit reeds de realiteit, het derde bedrijf wil de stap zetten.

Ook laat de **vergrijzing** zich voelen onder het werknemersbestand. Het vinden van nieuw, jong en goed geschoold personeel dat beschikt over een sterk technologisch inzicht is een uitdaging en vormt een bedreiging voor het voortbestaan van deze bedrijven.

Tot slot merken we ook een sterk verantwoordelijkheidsgevoel als het aankomt op het **verduurzamen van de sectoren**. In het geval van technisch textiel merken we dat de ontwikkeling van nieuwe producten meer en meer volgens de **principes van Safe & Sustainable by Design** gebeuren. Anderzijds merken de bedrijven wel op dat voor typische consumentengoederen zoals kledij de vraag naar duurzame materialen terug afneemt in tegenstelling tot twee à drie jaar terug. Dit wordt toegewezen aan de huidige economische crisis.

Voor beide sectoren biedt **circulair ondernemen** ook kansen om de concurrentiekracht te vergroten. De drie houtverwerkende bedrijven zijn zich hier zeer van bewust en zetten hierin de eerste stappen.

Hout is trouwens een materiaal bij uitstek om in te zetten in een circulair businessmodel en duurzaam houtgebruik kan een enorme bijdrage leveren aan de strijd tegen de klimaatopwarming.

Zij vragen wel **steun** om dit businessmodel, wat een nieuwe manier van denken vergt, vlotter te kunnen omzetten in de praktijk.

Aanbevelingen

Het is duidelijk dat de Oost-Vlaamse bedrijven aankijken tegen een aantal complexe en veelzijdige uitdagingen. Dit zijn grote trends zoals demografische veranderingen, klimaatverandering en geopolitieke verschuivingen. Het is evenwel een toekomst die zich nu reeds afspeelt, want de uitdagingen van morgen worden bepaald door de keuzes die vandaag gemaakt worden. **Het is belangrijk dat bedrijven naar deze uitdagingen kijken als opportuniteiten.** Opportuniteiten die hun toekomst bepalen. Sterker nog, deze trends zijn al aan de gang en het is bijna onmogelijk om ze het komende decennium te veranderen. Het is dus onvermijdelijk dat alle mogelijke toekomsten in deze trends passen. Maar uiteindelijk zal onze toekomst afhangen van de beslissingen die we in het heden nemen. Deze beslissingen zijn de gamechangers die de toekomst vorm zullen geven.

1. Innovatie en duurzaam materiaalgebruik

Met enerzijds de **productie van innovatieve producten** die inspelen op de hedendaagse maatschappelijke noden zoals energievoorziening, gezondheid en transport en anderzijds een **duurzaam materiaalgebruik**, heeft de Oost-Vlaamse maakindustrie een sleutelrol in onze toekomst. Het is cruciaal dat de innovatiecapaciteit en de competitiviteit van de Oost-Vlaamse maakindustrie verder ontwikkeld wordt om te verzekeren dat ze een rol kan blijven spelen in de groeiende globale markt. Om competitief te zijn is het belangrijk dat de maakindustrie in staat is om **waardeketens vanaf R&D tot en met specifieke volumemarkten aan te sturen.** Productie genereert immers groei, jobs en welvaart in de streek waar ze plaats heeft.

2. Productie en R&D op één locatie

Het vermogen om te innoveren en te concurreren in een globale economie haalt aanzienlijk voordeel uit een situatie waarbij zowel de **productie als de (productie gerelateerde) R&D activiteiten op één plaats doorgaan**. Het verliezen van productieactiviteiten zou de mogelijkheden om te bedenken, te innoveren en te concurreren in de wereldmarkt sterk ondermijnen. Oost-Vlaanderen kan niet overleven op R&D en diensten alleen want als de volgende stappen in de waardeketen ontbreken zullen R&D en diensten op termijn ook verdwijnen. Zonder **productietechnologie en infrastructuur** zal de ontwikkeling van innovatieve producten beperkt zijn en zal de maakindustrie niet meer met haar producten kunnen inspelen op de maatschappelijke noden.

3. Ondersteuning door het beleid

Uiteraard is het belangrijk dat dit gebeurt binnen een **circulaire economie**. Om de transitie naar een circulair businessmodel vlotter te laten gebeuren, vragen de bedrijven hierin de nodige ondersteuning. Onze bedrijven hebben ook nood aan steun van het **lokale beleid** om verder te kunnen uitbreiden. Die uitbreiding wordt dikwijls beperkt door een tekort aan gronden, hoge prijzen en lobbywerk. Een gebrek aan **systemdenken** benadeelt het algemeen welzijn al te vaak. En ja, het feit dat door een aantal beslissingen in het verleden Vlaanderen uitgegroeid is tot één grote stad maakt het ook niet eenvoudig.

4. Impact op klimaat aanpakken

Anderzijds is de impact van de maakindustrie op het milieu en het klimaat aanzienlijk. Nu al heeft bv. de Europese textielconsumptie de op drie na grootste impact op het milieu en de klimaatverandering, na voedsel, huisvesting en mobiliteit. Textiel is de derde sector voor wat betreft waterverbruik en landgebruik, en de vijfde voor wat betreft het gebruik van primaire grondstoffen en de uitstoot van broeikasgassen. De belangrijkste redenen hiervoor zijn de complexiteit van de waardeketen, de diversiteit van de producten en de ontevredenheid van de consument over de

producten wat betreft maat, kleur en stijl. Bovendien wordt minder dan 1% van het textielafval gerecycled tot nieuwe vezels voor kleding en wordt er wereldwijd elke seconde een vrachtwagenlading textiel gestort of verbrand. Tegelijkertijd groeit de productie en consumptie van textiel gestaag: de wereldwijde textielproductie is tussen 2000 en 2015 bijna verdubbeld en de consumptie van kleding en schoeisel zal tegen 2030 naar verwachting met 63% zijn toegenomen. Ook in de hout- en bouwsector wordt de impact van bouwmaterialen op het leefmilieu en het klimaat vaak onderschat.

Klimaatverandering is één van de belangrijkste, zo niet de belangrijkste kwestie die moet aangepakt worden: klimaat gerelateerde beslissingen zullen niet alleen de toekomst van onze economieën en samenlevingen bepalen, maar ook die van de mensheid als soort. De **Europese Green Deal** zal een zeer belangrijke rol spelen, maar dit vereist een **enorme, systemische transformatie van de nationale en regionale economieën.**

Op 10 maart 2020 heeft de Europese Commissie de basis gelegd voor een industriële strategie. Deze strategie moet de tweeledige overgang naar een groene en digitale economie ondersteunen, die moet leiden tot de verwezenlijking van de Green Deal. Veertien industriële ecosystemen werden geselecteerd op basis van hun strategisch belang om volledige steun van de EU te krijgen. Tussen deze goed gedefinieerde strategieën vinden we o.a. de strategie voor duurzaam en circulair textiel die **fast fashion, textielafval en de vernietiging van onverkochte textiel** gaat aanpakken en ervoor moet zorgen dat de productie gebeurt met volledige inachtneming van sociale rechten. **Deze strategie moet textiel duurzamer, repareerbaar, herbruikbaar en recyclebaar maken.** Ook de houtsector wordt beïnvloed door nieuwe regels die door de Europese Commissie worden vooropgesteld. Zo is er een voorstel om de interne markt voor bouwproducten te versterken en ervoor te zorgen dat het bestaande regelgevingskader geschikt is om de bebouwde omgeving in overeenstemming te brengen met onze duurzaamheids- en klimaatdoelstellingen.

Deze visienota over de textielsector zal reeds de komende maanden omgezet worden in nieuwe regelgeving. We richten ons tot het beleid met de vraag er nauw op toe te zien dat dit nieuwe regelgevende kader coherent is en dat Europese, nationale en regionale regelgeving met elkaar in lijn zijn zodat er alvast binnen de Europese interne markt niet met verschillende maten en gewichten wordt gewerkt. Het is ook belangrijk dat er een **eerlijk speelveld gecreëerd wordt tussen de Europese productie en import van buiten de EU**. Regelgeving alleen is hier onvoldoende. De **interne marktcontrole** moet voldoende sterk uitgebouwd en bemand zijn zodat er voldoende controles kunnen uitgevoerd worden om zich ervan te vergewissen dat ingevoerde producten effectief in overeenstemming zijn met alle regels die van toepassing zijn. Het invoeren van regels en/of bepaalde heffingen om de interne markt te beschermen vergt een holistische kijk en systeemdenken om te vermijden dat ze gemakkelijk omzeild worden. Ik denk hier aan het invoeren van antidumping rechten op garens uit China, maar niet op weefsels die met diezelfde bewuste garens geproduceerd worden in eender welk land buiten de EU.

5. Kennisuitbreiding

De transformatie van onze economie is afhankelijk van voldoende middelen, maar ook van de acceptatie door het publiek in alle lidstaten en vooral van de wereldwijde steun die we zullen ontvangen. De VS, China en andere snelgroeiende economieën zullen ook in actie moeten komen. Om dit te bereiken zal Europa haar **milieudiplomat**ie op een tot nu toe ongeziene manier moeten inzetten. Maar ook lokaal hebben de beleidsmakers een belangrijke rol in het **sensibiliseren** van de consumenten om duurzame en lokaal geproduceerde producten aan te kopen. Verder is het voor de meeste kmo's ook niet evident om wegwijs te raken in het kluwen van nieuwe regels. Te meer ze ook geconfronteerd worden met zaken zoals **due diligence** die niet rechtstreeks van toepassing zijn voor kmo's, maar toch dichtbij komen via vragen van klanten op het vlak van mensenrechten en milieu in de waardeketen. Dit heeft voor gevolg dat regels vaak geïnterpreteerd worden als alleen maar een dure last en de opportuniteiten die ze kunnen bieden genegeerd worden. Nochtans zijn voor beide sectoren de opportuniteiten enorm. Met hout als grondstof

kan de houtverwerkende industrie goed inspelen op de strengere regelgevingen. Hout en houtafgeleide producten bieden veel mogelijkheden om het duurzamer, repareerbaar, herbruikbaar en recyclebaar te maken. We kunnen door **kennisuitbreiding** (duurzame materiaalkeuzes, circulaire businessmodellen, circulair ontwerp, Life Cycle Assessment, en zoveel meer) de klaagzang over lastige regelgeving ombuigen naar inzicht in de opportuniteiten. Om onze leefomgeving duurzaam in te richten is immers een versnelling aan innovaties nodig die kunnen leiden tot **circulair en modulair ontwerp** binnen de hout- en bouwsector. Dit is nodig en gelukkig ook zeer haalbaar met hout als grondstof. Maar ook voor de textielsector bieden de recente ontwikkelingen op gebied van biobased en lokaal geteelde vezels enorme kansen voor het verduurzamen van de sector. De vraag aan het beleid is dan ook om **voldoende begeleiding en training** te voorzien om de lasten die bij het implementeren van regels komen kijken te verminderen en om initiatieven tot kennisuitbreiding te steunen. De meeste kmo's hebben immers niet de middelen om dit allemaal alleen aan te kunnen.

6. Personeel

Tot slot is ook het kunnen beschikken over **voldoende goed opgeleid personeel** doorslaggevend in het voortbestaan van de maakindustrie. Lokale beleidsmakers kunnen een belangrijke rol spelen in het **aantrekken van jongeren** naar enerzijds hogere technische opleidingen zoals een bacheloropleiding textieltechnologie en houttechnologie, maar ook door het technisch secundair en beroepsonderwijs te herwaarderen en door te pleiten voor meer financiële middelen. De democratisering van het onderwijs moeten we koesteren, maar het heeft er ook enigszins toe bijgedragen dat jongeren niet altijd de voor hen beste keuze maken. Daarnaast krijgen door de onderfinanciering van het hoger onderwijs en het toenemend aantal studenten, hogescholen en universiteiten steeds minder middelen. Dit heeft directe gevolgen voor de studenten en nog meer op studenten uit laaggeschoolde gezinnen. De impact is nog groter op de 'dure' technische opleidingen waar veel infrastructuur nodig is. Een goed **beleid rond migratie en integratie** kan ook bijdragen tot het vinden van de broodnodige werkkrachten.

Dankwoord

Het was voor mij een waar genoegen om deze bedrijven te kunnen bezoeken en interviewen en ik ben bijzonder gelukkig te kunnen vaststellen dat, hoewel het niet altijd eenvoudig is, de goesting om te ondernemen en mee te werken aan oplossingen voor de grote maatschappelijke uitdagingen sterk aanwezig is. Ik zou dan ook willen pleiten bij de overheid om de textiel-, hout- en meubelsector in Oost-Vlaanderen en daarbuiten daadwerkelijk te ondersteunen.

Een goed draaiende maakindustrie is immers essentieel voor Vlaanderen om de noodzakelijke grondstoffen en energiebronnen te kunnen aankopen, om het milieu te beschermen, om jobs te creëren voor haar inwoners en hiermee de welvaart en het welzijn van ons en onze nakomelingen op lange termijn te garanderen en te vermijden dat we volledig afhankelijk worden van landen buiten de EU.

Alexandra De Raeve - Coördinator onderzoekscentrum FTILab+

Rein Vanlshout - Opleidingshoofd PBa Houttechnologie

09/11/2023



FTILAB+

**HO
GENT**