



Campagnebeeld - © TOP-atelier

EINDRAPPORT 2019-2021

Dit eindrapport van TOP-atelier is onderzoekend en ondersteunt de (duurzame) mode industrie in Vlaanderen. Het is een eerste stap in het opzetten van duurzame relaties binnen de industrie, specifiek voor upcycling. Hiermee wil het onder andere een bijdrage leveren aan de beleidsdoelstellingen rond de transitie naar een circulaire economie.

April 2021

Werkten mee aan dit rapport:

Ann Collier, Roel De Rijck, Tatiana De Wée, Sibille Diederichs, Katrien Janssens, Katrien Molenberghs & Lies Van Assche

Contactpersoon: a.collier@ivoc.be

TOP-atelier is een initiatief van:



INHOUD

1	INLEIDING.....	5
1.1	TOP-ATELIER.....	5
1.2	ACHTERGROND	5
1.3	FOCUS.....	7
2	ALGEMEEN	9
2.1	COMMUNICATIEFICHE	9
2.2	DOELGROEP.....	9
2.3	DOELSTELLING	9
2.4	VERLOOP	10
2.5	INNOVATIES.....	11
2.6	MEERWAARDE	12
2.7	SELECTIE DESIGNERS.....	12
3	PROJECTVERLOOP.....	17
3.1	PROJECTPLANNING IN 5 FASEN.....	17
3.2	TIJDSINDELING	19
3.3	WIJZIGINGEN IN HET PROJECT	19
3.4	BEDENKINGEN & AANBEVELINGEN.....	21
4	R-STRATEGIEËN BINNEN TOP-ATELIER	23
4.1	RESILIENCE	23
4.2	RETHINK	24
4.3	REDUCE	29
4.4	RECYCLE.....	31
5	BUSINESS MODEL INNOVATION	33
5.1	ONDERDELEN VAN DEZE MODULE	33
5.2	ONDERZOCHE BUSINESS MODELLEN	34
5.3	UITDAGINGEN	35
5.4	OPLOSSINGEN VOOR DE UITDAGINGEN	35
5.5	VERDERE ONTWIKKELING	36
6	STAKEHOLDER ENGAGEMENT	39
6.1	COVID-ENQUÊTE ROND CONSUMENTENGEDRAG	39
6.2	CONSUMER ENGAGEMENT SESSIES	40
6.3	INTERNE SESSIES MET PARTNERS.....	41
6.4	KORTE EVALUATIE DESIGNERS	42
6.5	EINDGESPREK MET FABRIKANTEN EN TOEVELEVERANCIERS	44
6.6	BACKCASTINGWORKSHOP MET SPELERS UIT HET VELD	46

7	COMMUNICATIE	49
7.1	COMMUNICATIE	49
7.2	PERS	51
8	FINANCIEEL.....	53
8.1	ALGEMEEN	53
8.2	OMSCHRIJVING VAN DE TAKEN PER PARTNER:.....	53
8.3	HEEFT DE SUBSIDIE GELEID TOT INVESTERINGEN VAN ANDERE PARTNERS?	54
8.4	HOE BLIJVEND IS HET PROJECT NA DE OPEN CALL SUBSIDIE?.....	54
9	RESULTATEN	57
9.1	ONTSTANE KETENSAMENWERKINGEN.....	57
9.2	GECREËERDE JOBS (DIRECT/INDIRECT).....	58
9.3	ECOLOGISCHE OPBRENGSTEN.....	58
9.4	HIGHLIGHTS VAN HET PROJECT	58
9.5	OPSCHAALBAARHEID	60
9.6	OVERIGE RESULTATEN EN UITKOMSTEN	61
10	LEERLESSEN EN AANBEVELINGEN	63
10.1	BELANGRIJKSTE LESSONS LEARNED	63
10.2	BELEIDSAANBEVELINGEN	70
11	TOEKOMST	75

INLEIDING



1 Inleiding

1.1 TOP-atelier

Het TOP-atelier (Textiel Omschakeling Proces-atelier) bouwde een professionele productieketen voor de verwerking en herbestemming van textielproducten, re-manufacturing op basis van een samenwerking tussen diverse partners uit de mode- en confectiesector met elk een specifieke bijdrage en ervaring.

We maakten werk van een businessmodel en creëerden, analyseerden en testten nieuwe mogelijkheden in praktijk. Hiervoor gingen we in zee met verschillende Vlaamse confectieateliers die hun specifieke knowhow en machinepark ter beschikking stelden van de ontwerpers die textielreststromen een creatieve herbestemming gaven. De resultaten vertelde ons welke nodige technologieën en systeemaanpassingen er nodig zijn om een vlotte en duurzame herbestemming te kunnen aanbieden en welke criteria er nodig zijn om een goed en betaalbaar hoogstaand kwaliteitsproduct te garanderen.

Verskillende partnerschappen hebben meer en betere mogelijkheden aangereikt om de textielmaterialen een nieuwe bestemming te kunnen geven en dit op een rendabele en sociaal verantwoorde manier. Ook de consument werd betrokken in het verhaal.

1.2 Achtergrond

In 2050 is **Vlaanderen circulair**, zo luidt de visie van de Vlaamse regering in haar transversale beleidsnota. Circulariteit betekent dat materialen zo lang mogelijk in de kringloop worden gehouden, waarbij rekening wordt gehouden met hun volledige levenscyclus. In een circulaire economie worden onze materialen “trapsgewijs” (“cascading”) gebruikt en hergebruikt, met een maximaal behoud van hun waarde en inzetbaarheid. Vanuit die logica is het essentieel om eerst de opties rond hergebruik te bekijken, met hun laag energiegebruik en bijgevolg beperkte emissies, nog lager dan bij recyclage, vooraleer over te gaan op (mechanische en/of chemische) recyclage.

Ons project wou dan ook meer en betere kansen op **hergebruik creëren**, en dit voor textielreststromen in Vlaanderen. Hergebruik van **kledij, textielgrondstoffen en andere textielproducten** door middel van herstelling en/of upcycling, wordt echter vaak als een niche-activiteit beschouwd, met een beperkt potentieel voor opschaalbaarheid.

De ontwerper/productontwikkelaar is namelijk aangewezen op maatwerk, en hij/zij blijft sterk afhankelijk van de beschikbare materialen (vezels, weefselstructuren, patronen, motief, kleuren), met beperkte garanties op vlak van kwaliteit, volume, vorm en regelmatigheid van de instroom. Toch blijkt upcycling aan te slaan, met een omslag van “**niche**” naar “**Luxe**”. Ook gevestigde kledingmerken gaan **upcycling** steeds vaker inzetten in hun collectie (b.v. Filippa K, ASOS Reclaimed Vintage of Reformed). In Vlaanderen en België gaan heel wat ontwerpers aan de slag met reststromen (Joseffa, Flag-bag, Adadore), soms uit het tweedehandscircuit, maar ook met retours, stalen en resterende stock van producenten, die doorgaans in de vuilnisbak belanden wanneer het productseizoen in kwestie op zijn einde loopt of de verkoopperiode en de beurzen voorbij zijn.

Vlaanderen beschikt echter niet of amper over de nodige infrastructuur om de inspanningen van deze ontwerpers & productontwikkelaars te ondersteunen, en hun collecties **rendabel, opschaalbaar en marktvriendelijk** te maken. Loonkost vormt hierbij een grote handicap – het blijkt te duur om een extra medewerker aan te werven die kan helpen met de realisatie van de creaties (wassen, strijken, versnijden, stikken). De ontwerpers blijven er dan ook noodgedwongen alleen voor staan, en blijven beperkt in de hoeveelheden die zij kunnen verwerken en aanleveren. Ook de reguliere confectieateliers hanteren prijzen die voor ontwerpers in een upcycling-aanpak niet haalbaar blijken. Daarnaast is er ook een **betere afstemming** nodig bij het sorteren van de textiel-instroom, met oog voor de juiste **kwaliteitscriteria** van het bronmateriaal.

Ons project wou dit onderzoeken en eventuele **oplossingen bieden** via nieuwe partnerschappen, tussen de **sociale economie** (Kringwinkels, die de instroom sorteren), de ontwerpers en de klassieke **confectiecyclus**. De Vlaamse confectie-infrastructuur wordt namelijk onderbenut. Heel wat confectieateliers en hun machineparken worden vooral ingezet tijdens periodes van prototyping bij het stikken van modellen en kleine series, maar blijven regelmatig leeg staan. Er is dan ook heel wat ruimte en infrastructuur beschikbaar waar ontwerpers samen met de medewerkers van het atelier in kwestie aan de slag zouden kunnen gaan met reststromen van textiel en aan **re-manufacturing** kunnen doen. Zo bliezen we onze **maakindustrie nieuw leven** in en brachten we de productiestroom weer op gang – ook dát is circulaire economie.

Kortom, TOP-atelier werd een **gedeelde onderneming**, een collectief onderzoek, tussen ophalers en sorteerdere, creatieve ontwerpers, en de reguliere confectiesector.

1.3 Focus

De focus in dit project lag op experiment(eren): waaronder het **integreren van nieuwe criteria** in de bestaande sorteerpraktijken van de leden van Komosie, het uitproberen van nieuwe samenwerkingsverbanden met confectieateliers, toeleveranciers voor textiel & confectie en het zoeken naar nieuwe technieken en/of bijbehorende technologieën om dit alles te stroomlijnen, en natuurlijk ook het uitproberen van hergebruik, met aantrekkelijke, bruikbare en opschaalbare ontwerpen.

Om dit alles waar te maken, sloten ontwerpers zich op een makkelijke en snelle manier aan bij het atelier, waar ze konden rekenen op de **vakkennis en de knowhow** van de medewerkers en de goede infrastructuur uit de industrie. Ook de instroom van het bronmateriaal moest beter aansluiten op hun noden: een **innovatiever sorteersysteem** waarbij specifieke criteria werden gehanteerd.

ALGEMEEN

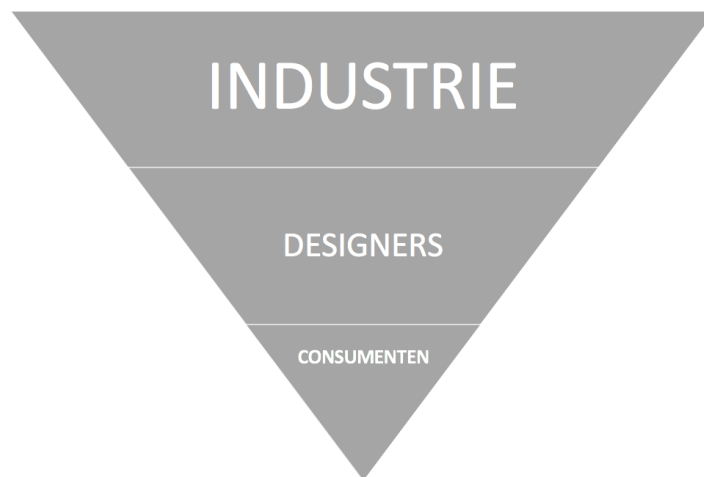


2 Algemeen

2.1 Communicatiefiche

Deze fiche is ingestuurd via de website.

2.2 Doelgroep



TOP-atelier had **verschillende doelgroepen** voor ogen, maar twee primeerden. Dit project is een onderzoeksproject waarbij enerzijds naar de sector werd gekeken om er partnerschappen te creëren. Anderzijds heeft TOP-atelier verschillende designers, als tweede primaire doelgroep, aangetrokken die samen in het TOP-atelier traject zijn gestapt. Samen gingen we op zoek naar een zo vlot mogelijk proces van tweedehands kledingstuk tot een kwalitatief hoogwaardig geüpycled item. Secundair, via de designers en consumer engagement sessies, kwam er ook een consumentendoelgroep bij.

2.3 Doelstelling

De vooropgestelde doelen van het project waren de volgende:

- Uitwerking van een nieuw business model
- Aantonen dat upcycling in België rendabel kan zijn
- Aantonen dat we vanuit textiel reststromen een kwalitatief hoogstaand Belgisch product kunnen maken
- Opschalen van deze nieuwe geüpyclede producten
- Aanbevelingen formuleren met betrekking tot het sorteren, verwerken en vermarkten van post-consument textiel (onder de vorm van een kort rapport “lessons learned”)

- Aanbevelingen formuleren met betrekking tot het beleidsniveau en samenwerkingen met andere sectoren
- Website waar heel het proces en alle lessons learned worden gepubliceerd en gedeeld

Uit de doelen kwamen er heel wat verschillende vragen naar boven. Bij het uitbouwen en uittesten van dit upcycling-atelier, hadden we heel wat onderzoeksvragen. Deze **onderzoeksvragen** werden aangepast naar aanleiding van het verloop van het proces. Voor TOP-atelier waren sommige vragen veel te groot voor het budget en de tijdspanne die er was.

- Wordt hergebruik (economisch) interessanter indien we een gedeelde infrastructuur opzetten?
- Hoe kunnen we vraag en aanbod op de arbeidsmarkt (technische vaardigheden zoals stikken, patroontekenen, ...) beter op elkaar afstemmen, en werkrachten met confectie-achtergrond (o.m. pas afgestudeerden maar ook nieuwkomers) een meer structurele tewerkstelling bieden in een circulaire economie?
- Kunnen we de instroom vraaggericht en volgens specifieke criteria uitsorteren? Wat zijn de mogelijke technische aanpassingen om makkelijker en beter te gaan sorteren?
- Kan een dergelijk samenwerkingsverband blijvend bestaan, ook na het aflopen van de subsidie?
- Wat is een duurzaam circulair businessmodel?
- Welke extra ondersteuning en/of opleiding is er nodig om een geslaagde en structurele tewerkstelling te garanderen?
- Welke nieuwe technologieën zijn mogelijk en nodig om hergebruik efficiënter te doen verlopen?
- Kunnen we vanuit afgewerkte kleding digitaal snijden?
- Welke organisaties kunnen we toepassen om dit systeem rendabel te maken?
- Welke criteria zijn nodig om een kwaliteitsproduct te garanderen?
- Hoe wordt de consument betrokken in dit verhaal?

2.4 Verloop

TOP-atelier had een vooropgestelde planning. Deze werd een eerste keer drastisch aangepast bij de wissel van één van de oorspronkelijke partners waardoor de aanlevering van het bronmateriaal in gedrang kwam. De tweede spelbreker was corona. Hierdoor zijn heel wat fysieke momenten, workshops, meetings en bedrijfsbezoeken niet kunnen doorgaan, waaronder alle voorziene activiteiten van de 'opportuniteiten kalender'. Alle meetings werden hierdoor online georganiseerd. Ook het productieproces en de voorziene snijtesten werden door corona beperkt.

2.5 Innovaties

Een innovatieve upcycling snijmethode werd ontwikkeld in samenwerking met Gerber Technology, zij leveren geïntegreerde soft- en hardware oplossingen aan klanten in verschillende sectoren. Deze nieuwe snijmethode maakt het mogelijk om vanuit een afgewerkt kledingstuk nieuwe patroondelen en vormen van goede kwaliteit digitaal uit te snijden. Alle bestaande digitale snijtechnologie zoals snijtafels, andere hard- en software werden in het verleden ontwikkeld om optimaal grote textieloppervlakten te versnijden. (textiel op rol)



De snijmachine CutWorks van Gerber Technology - © TOP-atelier

TOP-atelier heeft verschillende snijmethodes uitgetest om met deze bestaande technologie een mogelijke oplossing te vinden voor upcycling en dit op grotere schaal. Door de opschaling en samenwerking met Gerber Technology en Flanders Fashion Makers werden er nieuwe inzichten gecreëerd, zowel door de producent, als door de designers. Designers zien nu ook een mogelijkheid om met de reguliere confectiebedrijven samen te werken (ook dit zorgt voor werkgelegenheid). Met de nodige communicatie zijn bedrijven bereid om te investeren en op een andere manier te gaan werken. Hierdoor gaan de producenten ook anders denken over hun eigen productiesystemen en oplossingen zoeken om duurzamer te gaan werken. Het is een wisselwerking. B.v.: kledingstukken die in de stock blijven hangen en niet goed verkopen kunnen producenten nu ook zelf transformeren naar een ander model.

2.6 Meerwaarde

2.6.1 Maatschappelijk en economisch

1) Door sensibilisering en bewustmaking:

Tijdens de consumer engagement sessies en de opendeurdagen hebben consumenten kennis kunnen maken met de nieuwe, duurzame textielproducten, het proces en het verhaal van upcycling.

Ook voor de werknemers in de productieateliers was dit een eerste kennismaking met upcycling.

2) Door optimalisatie van de werkmethodes:

Voorbeeld: In bepaalde maatwerkbedrijven werden er manueel met de schaar Jeansbroeken uit elkaar gesneden. Door het gebruik van een elektrisch snijmes, bijbehorende opleiding en beveiliging (metalen handschoen) kan je deze mensen meer voldoening en vertrouwen geven. Ze snijden zo ook een groter aantal per dag.

3) Partnerschappen:

Door TOP-atelier hebben we in de eerste plaats intens kunnen samenwerken met de verschillende partners, wat zeer verrijkend was. Dankzij die samenwerkingen konden we gemakkelijker kennis delen en ons netwerk uitbreiden.

Daarnaast hebben we ook samenwerkingen kunnen opzetten tussen ontwerpers, kringwinkels, wasserijen, confectiebedrijven, opleidingscentra, potentiële consumenten en experts. Zo zijn er een aantal samenwerkingen die na dit project nog steeds doorlopen.

2.7 Selectie designers

TOP-atelier ging begin 2019 op zoek naar productontwikkelaars, designers, kunstenaars,... met een passie voor het upcyclen van textiel.

- Ontwerpers of productontwikkelaars die reeds een aantal innovatieve upcycling prototypes uit post-consumer textielreststromen hebben ontwikkeld, of een vernieuwende visie hebben om textielreststromen om te vormen tot een kwalitatief product.
- Ontwerpers die stoten op obstakels en beperkingen bij hun zoektocht naar geschikt bronmateriaal of op zoek zijn naar samenwerkingen met een productieatelier voor het opschalen van hun prototypes.
- Ontwerpers of productontwikkelaars die willen onderzoeken hoe je prototypes collectief kan vermarkten en met gelijkgestemden willen nadenken over de toekomst van de lokale textielreststromen.

TOP-atelier lanceerde op 13 februari 2019 een open call om een selectie van designers te kunnen maken.

Bij de oproep namen we mee wat TOP-atelier van hen verwachtte en wat wij hen konden bieden.

Verwachtingen van de designer:

- Een portfolio met beeldmateriaal en/of ontwerpen van prototype(s)
- Interesse in practice-based onderzoek naar productieprocessen met textielreststromen
- Beschikbaarheid en een actieve deelname aan dit project. De intensiteit van de medewerking zal variëren naargelang het verloop van het project en dit gedurende twee jaar
- Bereidheid om ervaringen in dit proces te delen met de organiserende partners, de andere deelnemers en het brede publiek. Alle kennis wordt verzameld en open gecommuniceerd met het oog op innovatie van circulaire productieprocessen

Aanbod TOP-atelier

- Ondersteuning met alle partners van de principes van 'creative fair play'¹
- Auteursrechtelijke bescherming van werken via Drawy²
- Geschikte bronmateriaal met een continue toestroom en fabricatie in België
- Gelijkgestemdheid met de partners met ideeën over de toekomst van lokale textielstromen
- Begeleiding en coaching van experts in textiel, confectie, duurzaamheid, productie, communicatie, sourcing,...
- Gratis deelname aan de opleidingen op de IVOC-kalender
- Uitgebreider netwerk in de textielketen
- Een duurzame uitbouw van een onderneming
- Grotere naamsbekendheid door de brede communicatie en publiciteit over dit project

Voor de effectieve **selectie** hield de jury rekening met:

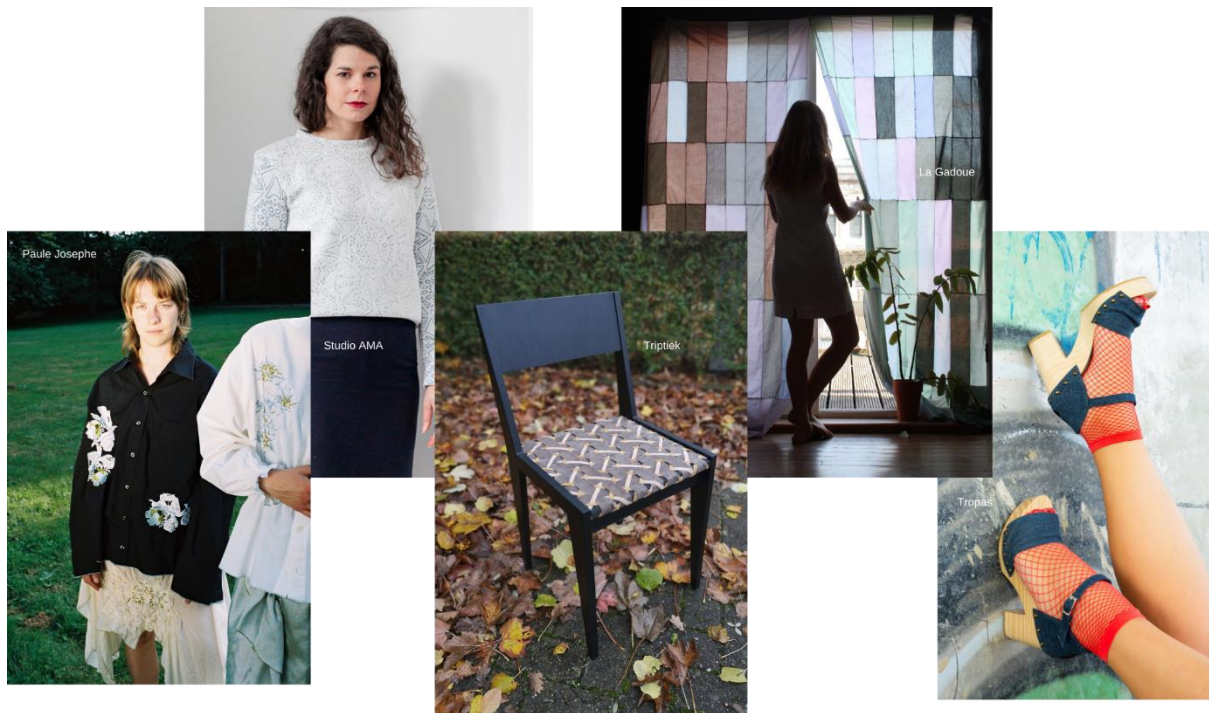
- Het potentieel van de opschaalbaarheid van de ontwerpen
- De artistieke kwaliteit van het portfolio van de kandidaat
- De procesbereidheid, beschikbaarheid en motivatie van de kandidaat

¹ <https://creativefairplay.com>

² <https://www.drawy.eu/>

Op 1 april 2019 werd een pitch georganiseerd met 12 geselecteerde kandidaten. Na deze eerste kennismaking & pitch werden **zes designer(duo's)** gekozen waar we mee verder werkten tijdens het collectief onderzoek van TOP-atelier:

- Kleding - **Paule Josephe**: duo van Hannah Vanspauwen & Tiny Geeroms
- Meubelontwerp - **Triptiek**: duo van Veerle Tytgat & Sophie De Somere
- Kleding - **Studio AMA**: Soraya Wancour
- Schoenen - **Tropas**: Caro Peirs
- Textiel items - **La Gadoue**: duo van Eloïse Maës & Audrey Werthle
- **Ryoko Sato** deelgenomen aan de eerste vergaderingen, maar wegens andere verwachtingen is zij uit het project gestapt na enkele maanden



Campagnebeeld TOP-atelier

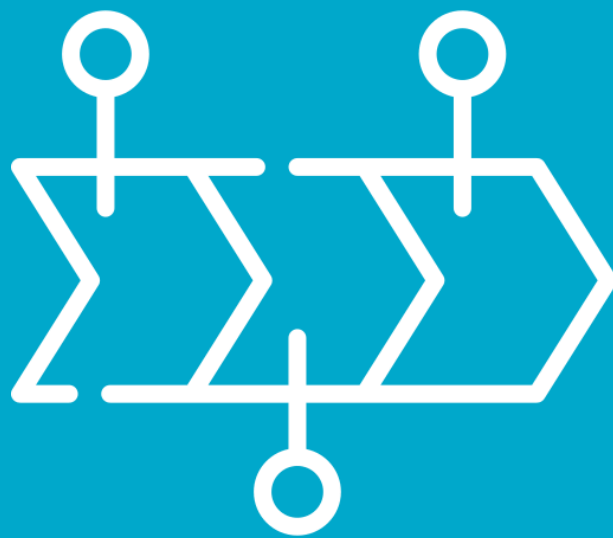
Iedere ontwerper kreeg ook een coach toegewezen binnen TOP-atelier:

- Sibille Diederichs voor La Gadoue & Studio AMA
- Ann Collier voor Paul Josephe & Tropas
- Lies Van Assche voor Triptiek, Ryoko (vroegtijdig gestopt) & Studio AMA

Deze coaches hadden regelmatig een overleg met de designers, afhankelijk van hun - actuele - noden. Dit kon o.a. zijn om:

- Technische ondersteuning te bieden
- Meer info te geven over prijszetting en prijsberekening in verschillende stadia
- Hen in contact brengen met leveranciers en fabrikanten
- Prototypes te bespreken
- De workflow te optimaliseren
- De sorteercriteria voor te bereiden

PROJECTVERLOOP



3 Projectverloop

3.1 Projectplanning in 5 fasen

3.1.1 Fase 1 - Businessmodel opmaken

- Selectie van de meest competente partner voor het uitwerken van het Businessmodel: vergelijking van de offertes, inhoud en opbouw
- Businessmodel uitwerken voor de remanufacturing van textielreststromen
- Randvoorwaarden bepalen voor het blijvend voortbestaan van het atelier en het verschalen naar de bestaande confectieateliers
- SWOT-analyse
- Backcasting-workshop: gedeelde visie en stappenplan ontwikkelen met betrokken partijen door Prospex Institute

3.1.2 Fase 2 - Opzetten van de samenwerkingen

Tussen Komosie (sorteerders), ontwerpers/ontwikkelaars en confectie-ateliers, onder leiding van IVOC

Criteria voor de selectie bepalen (uitdiepen tov het Businessmodel):

- voor de open call voor upcycling ontwerpers (DOEK & Joseffa)
- voor het verzamelen en sorteren (Komosie)
- voor de samenwerking met de confectieateliers/ruimtes/machines/technologie (Creamoda & IVOC) (IVOC heeft al contacten met een aantal confectioneurs, maar de outcome van het Businessmodel en de creatie van de producten zal ons meer duidelijkheid geven om de beste match te maken)

Communicatie:

- Externe communicatie: DOEK lanceert en coördineert oproep/campagne bij ontwerpers en productontwikkelaars (e-mailing, blog en communicatie via community)
- DOEK engageert zich om de externe communicatie naar de partners te realiseren via een projectsite en bijhorende communicatietools.

3.1.3 Fase 3 - Uitvoeren, experimenteren & burgerparticipatie

Re-manufacturing van de textielreststromen volgens de opgezette procedure en uittesten van de verschillende instructies

- Stockeren & sorteren van de textiel reststromen zodat er voldoende voorraad en doorloop kan zijn Komosie, VDAB, OCMW
- Productievoorbereiding: planning, nodige materialen, verschillende werkwijzen testen en experimenteren
- Versnijden, stansen (of andere manier) van het materiaal
- Assemblage en verwerken tot een nieuw product
- Afwerken en finaliseren van de nieuwe resultaten
- Opvolgen, testen, bijsturen en noteren van de resultaten en pijnpunten tijdens alle stappen van het proces
- Projectbijeenkomst 1 - evalueren en vooruitkijken (op basis van eerste ervaringen)

3.1.4 Fase 4 - Evaluatie en bijsturen van het Business model

- Eerste evaluatie tijdens de uitvoering van het proces
- Evaluatie van de mogelijkheden van het sociaal-economisch aspect
- Evaluatie van de backcasting-workshop
- Evaluatie van de Citizen Labs
- Bijsturen van het Business model (1 dag)

3.1.5 Fase 5 – Aanbevelingen en kennisuitwisseling

- Delen van kennis, met inbegrip van businessmodel – praktijkgericht, concreet en relevant voor beleid
- Kennisuitwisseling met andere projecten/organisaties/ontwerpers omtrent circulair textiel
- Uitwerken van concrete en toepasbare beleidsaanbevelingen op basis van deze dialoog
- Specifieke communicatie gericht naar de bedrijven.
- Aangepaste communicatie gericht naar de consumenten.

3.2 Tijdsindeling

- Fase 1: oktober 2018 – december 2018
- Fase 2: december 2018 - maart 2019
- Fase 3: april 2019 – juni 2020
- Fase 4: juni 2020 – oktober 2020
- Fase 5: oktober 2020 – december 2020

3.3 Wijzigingen in het project

Verschillende **redenen** zorgden voor wijzigingen in het project. Dit waren de voornaamste:

- **Timemanagement:**

Door het vertrek van één van de partners, verantwoordelijk voor het bronmateriaal, aan het begin van het project en de hervormingen bij Herwin werd al snel duidelijk dat de visie en werkwijze die voorop was gesteld met de kringloopwinkels niet meer kon worden toegepast. Hierdoor is er heel wat kostbare tijd verloren gegaan en hebben we uiteindelijk voor een andere oplossing/samenwerking gekozen. We zijn opnieuw gestart met de Ecoso kringwinkels, ook al hadden zij nog geen geautomatiseerde sorteersystemen.

- **Corona:**

Door corona hadden we heel wat van onze planning moeten aanpassen. Verschillende bedrijfsbezoeken, workshops en events met de designers zijn niet kunnen doorgaan. Daarnaast zijn alle meetings online doorgegaan.

- **Samenwerkingen en engagementen van derden:**

In de zoektocht naar de supporting partners, waarmee we zouden samenwerken, zijn er heel wat partners met een korte visie en het project gewoon als een éénmalige opdracht zien. Het was en is belangrijk dat partners openstaan voor het duurzaamheidsverhaal en de langetermijnvisie. Daarnaast moeten ze bereid zijn om hun werkwijze aan te passen, actief mee te werken aan het onderzoek en testen willen uitvoeren om tot nieuwe oplossingen te kunnen komen. Gelukkig hebben we deze partners kunnen vinden zoals Indecor-De Pauw, Gerber Technology, Flanders Fashion Makers en Insulux. Daarnaast werd er nog kort samengewerkt met andere bedrijven zoals o.a. Elanco, Atelier Couture, Wasserij De Reu, ...

- **Inschatting workload werkpakketten:**

De uiteindelijke workload lag een heel stuk hoger dan oorspronkelijk voorzien. Dit resulteerde in een grotere eigen inbreng bij IVOC wat personeelskosten betreft.

- **Inschatting barrières:**

Het budget en de tijd, mede door corona, maakten dat er duidelijke keuzes moesten worden gemaakt en daardoor kon er geen breed- en diepgaand onderzoek gedaan worden op technologisch gebied.

Zo waren we bij de snijtesten beperkt bij de bestaande software en installatie.

We hadden geen budget over om een camera te laten installeren op de snijtafel of een meer-laags snijmachine uit te testen of een aangepaste machine te laten bouwen.

De basiskennis van de designers was beperkt en lager dan gedacht. Hierdoor hebben we onder andere de inhoud en opmaak van het Businessmodel aangepast.

Enkele **concrete wijzigingen**:

- **Policy workshop:**

Bij de backcasting workshop hadden we heel wat inspiratie voor beleidsaanbevelingen gekregen, maar naarmate we dichterbij onze policy workshop kwamen naar het einde van het project toe, waren er o.a. ook al rondetafelgesprekken geweest van OVAM en Flanders DC over circulaire mode en textiel. Er was een grote overlap met zowel de stakeholders als de onderwerpen, waarop o.a. OVAM op dit moment verder werkt.

Na een intern overleg hadden we besloten onze workshop over een andere boeg te gooien. In plaats van op het brede plaatje te focussen, besloten we specifiek op zoek te gaan naar aanbevelingen voor upcycling door gesprekken te voeren met mensen in de sector en andere projecten.

- **Samenwerking voor het verzamelen en sorteren:**

Eigenlijk ging TOP-atelier samenwerken met Komosie. Komosie vzw veranderde in HERW!N, maar door die herstructureringen verliep de samenwerking niet goed en zijn we uiteindelijk met een nieuwe partner, Ecoso, in zee gegaan.

- **Citizen Labs:**

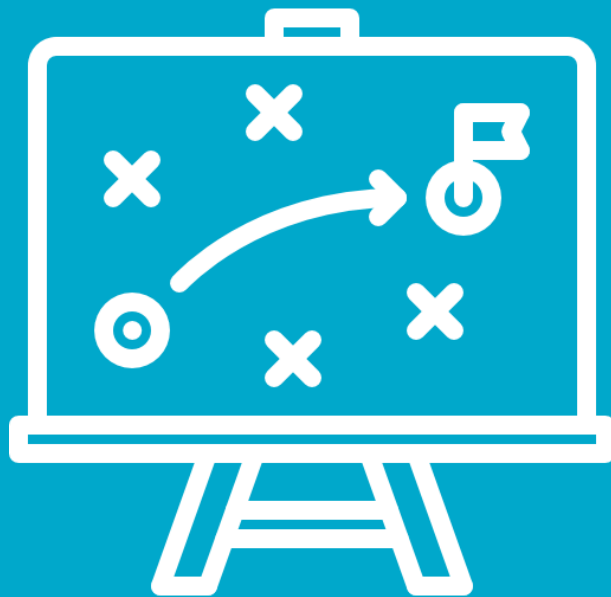
Wat denk de consument over upcycling en upcyclingproducten? Dat stond centraal bij de Citizen Labs. Door corona konden de workshops niet meer doorgaan. Andere zaken waren belangrijker en zo is er onder andere een enquête ontstaan over consumentengedrag bij corona. Daarnaast waren er ook consumer engagement sessies die de designers moesten helpen hun producten dichterbij de consument te brengen.

3.4 Bedenkingen & aanbevelingen

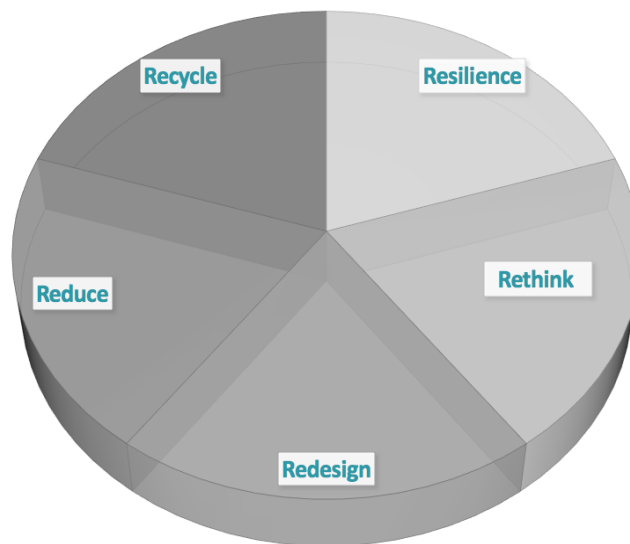
Doorheen het traject stootte TOP-atelier op heel wat uitdagingen. Om die uitdagingen grotendeels te voorkomen, heeft TOP-atelier de volgende bedenkingen en aanbevelingen:

- **Transparantie** was superbelangrijk voor dit project: zorgen dat alles wat er gebeurde, kennis die er werd opgedaan, ... gedeeld kon worden en gebruikt kon en kan worden in de toekomst voor andere ondernemers en designers. Voor de designers echter was het met momenten niet makkelijk een inkijk te geven omdat ze niet graag wilden dat anderen met hun methodes en opgedane kennis zouden gaan lopen. Transparantie was nochtans een vereiste vanaf het begin. Daarom zouden we in de toekomst ook ijveren om duidelijke contracten op te maken met de designers.
- **Duidelijkere communicatie met toeleveranciers:** duidelijk maken dat ze zich engageren voor een heel traject, ook als het moeilijk wordt. Duidelijk maken dat het een opportuniteit is om mee te werken aan een klein stuk van een groter geheel, niet zozeer om er winst uit te slaan.
- Alle **basisopleidingen voorzien voor meerdere designers** bij de start van het project, een bijhorende evaluatietest en pitch voorzien en dan pas de selectie maken. Deze basisopleidingen zouden zijn: textiel – confectie – technische vaktermen – onderhoud van kleding - businessmodel – businessplan - kostprijsberekening - marketing – boekhouding – communicatie & opbouw technisch dossier.
- **Investeerders samenbrengen met designers** voor opschaling en vermarkting. Veel designers blijven een beetje vastzitten in het puur creatieve, het ontwerpen, zonder een opschalingsplan te hebben. Sommigen willen dit bewust niet, anderen concentreren zich liever op het creatieve aspect. Een investeerder en designer bewust samenbrengen zou een goede synergie kunnen zijn om op te schalen. Daarnaast zou het een designer ook kunnen helpen uit de comfortzone te treden op gebied van business modellen, nu bleven ze te veel bij hetgeen ze kenden. Meer hierover in het hoofdstuk 'Business Model Innovation'.
- Als we de middelen hadden, zouden we **nóg meer op onderzoek kunnen focussen** en technologieën testen.
- Een **coördinerende expert** voorzien: iemand met expertise in duurzaamheid en communicatie, die het volledige project gaat opvolgen en begeleiden.
- Ervoor zorgen dat de **visie en alle afspraken duidelijk op papier** staan, voor het geval van overdracht of wissel onder collega's of partners.

R-STRATEGIEËN



4 R-strategieën binnen TOP-atelier



4.1 Resilience

Het project heeft zeker wat socio-institutionele veranderingen veroorzaakt. We lichten er enkele uit:

Community: Door heel wat verschillende activiteiten, door publicaties, aanwezigheid op sociale media en mond-aan-mond reclame werd upcycling to bij een groter publiek gebracht. We toonden aan dat het maken van hoogwaardige, unieke, upcycling producten mogelijk is, waarbij iedere ontwerper toch zijn of haar eigenheid kan bewaren. Mensen verwachten al snel een ‘geitenwollensokken’-verhaal, maar het bleek voor de designers perfect mogelijk te zijn consumenten aan te trekken van alle leeftijden en strekkingen.

Designers: Bij de designers werd er een verandering teweeggebracht door de manier waarop ze moesten werken. Ze moesten bij het ontwerpen vertrekken vanuit het materiaal dat voorhanden was en daarop voortborduren in plaats van te beginnen tekenen en stoffen selecteren. Meer hierover in “redesign” op pagina 26.

Industrie: De industrie kent recyclage, maar was nog niet echt vertrouwd met upcycling. Dit was de introductie. Niet door 1 designer of project, maar ineens met 5 projecten. We lieten de verschillende prototypes zien die heel wat positieve reacties en verwondering te weeg brachten, niet alleen omwille van de creativiteit en schoonheid, maar ook omwille van de kwaliteit. Door samen te experimenteren ontstond ook bij de producenten een andere gedachtegang die voordien eerder lineair was. De samenwerkingen waren krachtig en we merkten dat, als de industrie wordt aangesproken en geprikkeld, ze ook graag meegaat in het verhaal en de vernieuwing.

4.2 Rethink

Vrijwel alle onderzoeken rond circulaire economie en circulaire business model innovatie tonen aan dat circulair succes vereist dat er vanuit een systemische benadering wordt ingegrepen op meerdere plaatsen in de volledige waardeketen, en dat er over de verschillende individuele actoren van productieactiviteiten heen, verduurzaming ontstaat. In realiteit zien we echter dat individuele actoren binnen de huidige lineaire waardeketen geen structureel overzicht hebben over de volledige waardeketen, waardoor toekomstige kansen en bedreigingen rond circulaire innovatie niet of nauwelijks worden opgepikt. Elke actor lijkt vast te zitten in zijn beeld van de bestaande lineaire waardeketen en opereert vanuit een overheersende 'business as usual' mentaliteit.

Daarom hebben we alle onderaannemers die in het project werden betrokken, trachten wakker te schudden met als doel hun rol in een meer circulaire waardeketen te herbekijken.

Sorteren:

sorteercentra zijn afgestemd naar hergebruik in Europa zonder behandeling of naar Afrika. Maar voor upcycling is sommige kleding voor Afrika toch nog bruikbaar of zijn bepaalde zaken die worden afgekeurd voor tweedehands, wel nog interessant voor gebruik. De complexe sorteercriteria moesten aangepast worden. Iedere designer heeft ook andere criteria: sommigen selecteren op kleur, anderen op maat,... . Uiteindelijk werd een compromis gesloten met Ecoso, hebben we zelf geselecteerd en gesorteerd, maar ook gesensibiliseerd naar nieuwe praktijken voor de circulaire economie.

Wassen:

Het reinigen van bronmateriaal voor een circulair product werkt anders. De aanwezigheid van soms nog kleine vlekjes is een probleem. Hiervoor zou een systeem moeten neergezet worden om ze te detecteren en ze te verwijderen. De producten voor het ontvleken bestaan, maar het moet anders georganiseerd worden.

Disassembly:

Machines kunnen helpen om textielartikelen uit elkaar te halen, maar er moet verder gezocht worden naar verschillende methodes om b.v. efficiënter verschillende stuks in hun verscheidenheid te behandelen. De verscheidenheid van bronmateriaal in combinatie met het ge-upcycled product, maakt het erg complex.

Snijden:

Heel veel moest herbedacht worden. Er moest gesneden worden uit afgedankte kleding in plaats van uit stof op volle breedte. In de eerste plaats de technologie op zich, hardware en software aanpassen vertrekkende vanuit afgewerkte kledingstukken en niet vanuit rollen stof, anderzijds meerdere lagen samen kunnen snijden.

Confectie:

Confectioneren op een kwalitatieve manier met respect voor het milieu, de mensen en het product.

Verkoop:

via het circulaire business model onderzoek werden B2B partners/klanten getriggerd om inhoudelijk te partneren en verder te kijken dan pure winst op verkoop. Potentiële investeerders werden getriggerd de focus te leggen op gedeelde kennisontwikkeling bij het opnemen van een pioniersrol en dit te laten primeren winstmarge op korte termijn.

Gedurende de verschillende afstemmingsmomenten met onderaannemers botsten we meermaals op de limieten van het eigen project, doordat individuele onderaannemers en actoren momenteel nog niet verder wensen te kijken dan het huidige eigen business model. We moeten dan ook vaststellen dat de wil om de sector collectief te verduurzamen vanuit een systemische benadering nog prematuur is. TOP-atelier fungeerde dan ook als een pilootproject waarbij vele onderaannemers voor de eerste maal getriggerd werden om vanuit unieke circulaire concepten hun rol binnen de waardeketen te herbekijken.

Verdere intensivering van kennisdeling en samenwerking tussen de verschillende onderaannemers dient echter blijvend gefaciliteerd te worden, zodat “hokjesdenken” omgezet kan worden in een systemische win-win op sectorniveau. IVOC openende de deuren naar bedrijven voor ontwerpers. Maar ontwerpers alleen zijn niet in staat om b.v. een heel sorteersysteem te herdenken. Ook de sector en de overheid dienen de transitie naar een collectieve verduurzaming verder actief te ondersteunen.

Redesign:

Bij circulair ontwerpen, en dan meer specifiek voor upcycling, moet je je ontwerpproces al vanaf het begin herdenken. De inspiratie werd door de designers bij het end-of-life materiaal gehaald, in plaats van eerst na te denken over de vorm, dan de materialen, etc. .

Ecodesign

De ontwerpers van TOP-atelier probeerden eco-efficiënt te werken door in elke fase de milieu-impact te minimaliseren. Zo zagen ze bijvoorbeeld dat er bij iedere nieuwe snijbeurt een nieuw stuk plastic folie werd gebruikt, om dit te verhelpen zijn ze het beginnen te recyclen en hergebruiken.

Sommige ontwerpers gebruikten ook de volledige kleding items in hun collectie, dit voorkwam afval en veroorzaakte dus bijgevolg geen nodeloze herverwerking van dat 'afval'. Anderen herwerkten hun stofresten van hun basisstuk dan weer in het stuk zelf door middel van bijvoorbeeld lintjes uit stofresten.

Principes

De designers van TOP-atelier zijn te werk gegaan volgens verschillende principes van Close The Loop³ en The Circular Design Guide⁴. Ze werkten zo goed mogelijk 'cradle to cradle'. Zo gebruikten de designers van Triptiek b.v. drie monomaterialen die makkelijk van elkaar te scheiden zijn bij het end-of-life aspect van een item. Het motto van de designer van Tropas was ook 'een schoen die nooit afval wordt'. Elk onderdeel moet een nieuw leven krijgen na gebruik.

³ <https://www.close-the-loop.be/nl/phase/5/ontwerp#tab-7>

⁴ <https://www.circulardesignguide.com>

Om beter de gedachtegang te begrijpen van ontwerpers binnen deze specifieke upcyclingcontext hebben we een bevraging gedaan. Hier vind je het overzicht van het ontwerpproces per ontwerper:

DENKPROCES IN ONTWERPFASE

	Paule Josephe	TROPAS	La Gadoue	Studio AMA	Triptiek
Ontwerpinspiratie	Na een onderzoek van de beschikbare end-of-life kleding koos Paul Josephe voor heren-hemden. Dit is een tijdloos design, belangrijk voor circulair ontwerpen, waarop ze met borduurtechnieken en manipulaties eventuele vlekken of gaatjes kunnen wegwerken.	Het ontwerp bestond uit de circulaire gedachte: elke schoen moet demonteerbaar zijn. De inspiratie hiervoor kwam van het end-of-life-materiaal: TROPAS koos voor jeans, een materiaal dat overvloedig aanwezig is.	De inspiratie kwam van de gekozen hemden, het end-of-life-materiaal: de verschillende kleuren, mate van transparantie, vormen gaven hun ideeën. La Gadoue probeerde zo creatief mogelijk om te springen met het beschikbare textiel.	Het end-of-life-materiaal is steeds de inspiratie-bron. Van hieruit ontwikkelden ze een schakelsysteem door verschillende mannen-hemden te positioneren op andere delen van het lichaam. Zo waren de kragen b.v. een tailleband voor een rok.	Triptiek vertrok ook vanuit het design van de end-of-life-producten, de methodiek werd aangepast aan het te verkrijgen restmateriaal. Slijtages aan b.v. stoelen werden vervangen door middel van traditionele weeftechnieken. Voor het weven werden achter- en zij kanten van afgedankte lederen sofa's gebruikt.
Materiaalkeuze	Paule Josephe wilde in de eerste plaats met natuurlijke materialen werken. Door het tekort aan kwalitatieve hemden in natuurlijke vezels, gebruiken ze nu ook gemengde vezels, zoals katoen polyester.	TROPAS koos voor jeans omdat het flexibel, tijdloos en makkelijk te combineren is.	La Gadoue verzamelde herenhemden in effen kleuren (alle kleuren), in goede staat om ze te kunnen assembleren.	Studio AMA koos voor herenhemden met een specifiek kleurenpalet.	Triptiek (onbetaalbaar vzw) werkte met restleder van sofa's om interieur items te maken.

Invloed materiaal-technische criteria op ontwerp	De hemden moeten groot genoeg zijn om manipulaties en smock technieken te kunnen toepassen die zo het hemd verkleinen. Ook de onderkant moet lang genoeg zijn om er linten uit te knippen.	De grondstof moet stevig en flexibel zijn omdat het materiaal op een schoenleest moet getrokken worden.	De gemiddelde grootte van de hemden bepaalt de grootte van de rechthoeken in de ontwerpen die de basis van de samenstelling van een gordijn vormen.	Studio AMA werkte niet met patroon-delen, maar vanuit reconstructie. De kragen, pols-boorden,...bepaalden de maat van het uiteindelijke stuk.	Voor de ontwerpen van Triptiek kozen de ontwerpers voor lappen leer. Die konden best 80 cm zijn en niet vervormd
Invloed van methodiek 'circulair ontwerpen'⁵⁶	De ontwerpers van Paule Josephe ontwerpen vanuit afval voor een lange levensduur: tijdloos, genderneutraal. De ontwerpers willen door ook een 'band' opbouwen met de consument, zodat ze hun aankoop heel bewust doen en die langer gaan koesteren.	TROPAS ontwerpt vanuit afval (end-of-life-materiaal) en maakt tijdloze designs.	La Gadoue werkt via TOP-atelier met end-of-life-materiaal en kijkt voor het ontwerp zowel naar het materiaal zelf als naar de noden van de klant.	Vanuit TOP-atelier werkte Studio AMA met end-of-life-materiaal. Voor hun ontwerp keken ze naar het materiaal, de vormen, de naden,... .	Triptiek kijkt ook naar - end-of-life van hun eigen design en kiezen voor materialen die makkelijk van elkaar te scheiden zijn op het einde van de levensfase. Ook kijken ze naar andere economische modellen voor hun producten: leasing, verhuur,... .

⁵ <https://www.close-the-loop.be/nl/phase/5/ontwerp#tab-6>

⁶ <https://www.circulardesignguide.com/methods>

4.3 Reduce

Met upcycling bespaar je aan de ene kant energie doordat je een volledig ander productieproces doorloopt ten opzichte van een lineair proces waar je werkt met het principe 'cradle to grave'. Zo vermijd je dus nodeloze ecologische implicaties van de productie van nieuwe kleding.

Verminderde CO2

TOP-atelier redde ongeveer 140 jeansbroeken en 1.500 hemden van de afvalberg. Samen is dit goed voor ongeveer 600 kilo gered afval in totaal. Voor een onderzoeksproject is dit al erg veel, wat goed nieuws is naar opschaling toe.

Upcycling zorgt voor minder energieverbruik dan bij een lineaire productie, het gebruikt zelfs minder energie dan recycling⁷. Volgens een rapport van Kate Fletcher⁸ zou voor iedere ton afgedankte kleding die hergebruikt wordt, 20 ton minder CO2 binnenkomen in de atmosfeer. Omgerekend is dat voor een onderzoeksproject als TOP-atelier ongeveer 12 ton CO2. Dit komt overeen met het uitsparen van elektriciteitsverbruik van een doorsnee gezin gedurende 8 jaar⁹. Voor een geoptimaliseerd productieproces met opschaling kan dit dus voor upcycling nog serieus oplopen waardoor de ecologische impact van kleding een heel stuk naar beneden zou gaan.



Bronmateriaal Ecoso Kringwinkel
- © TOP-atelier

⁷<https://dora.dmu.ac.uk/bitstream/handle/2086/14640/2015-Sung-a%20review%20on%20upcycling-current%20body%20of%20literature,%20knowledge%20gaps%20and%20a%20way%20forward.pdf?sequence=1>

⁸https://www.researchgate.net/publication/286774073_Sustainable_fashion_and_textiles_Design_journeys

⁹<https://www.climateutralgroup.com/nieuws/wat-is-1-ton-co2/>

Toxische stoffen

Bij upcycling binnen TOP-atelier, moesten er geen nieuwe kleuringen gebeuren of moest er niets een 'afgesleten' look krijgen. Hierdoor vermeden we dus dat schadelijke, toxische stoffen die bij kleuringen en chemische processen gebruikt worden in de biosfeer terecht komen.

Besparing van grondstoffen

We moesten geen nieuwe grondstoffen gebruiken om een geüpcyclede collectie te maken, ook dit verlaagt de ecologische impact weer. We hadden geen water- en landverslindende katoenproductie nodig of olie voor synthetische stoffen.

Minder waterverbruik

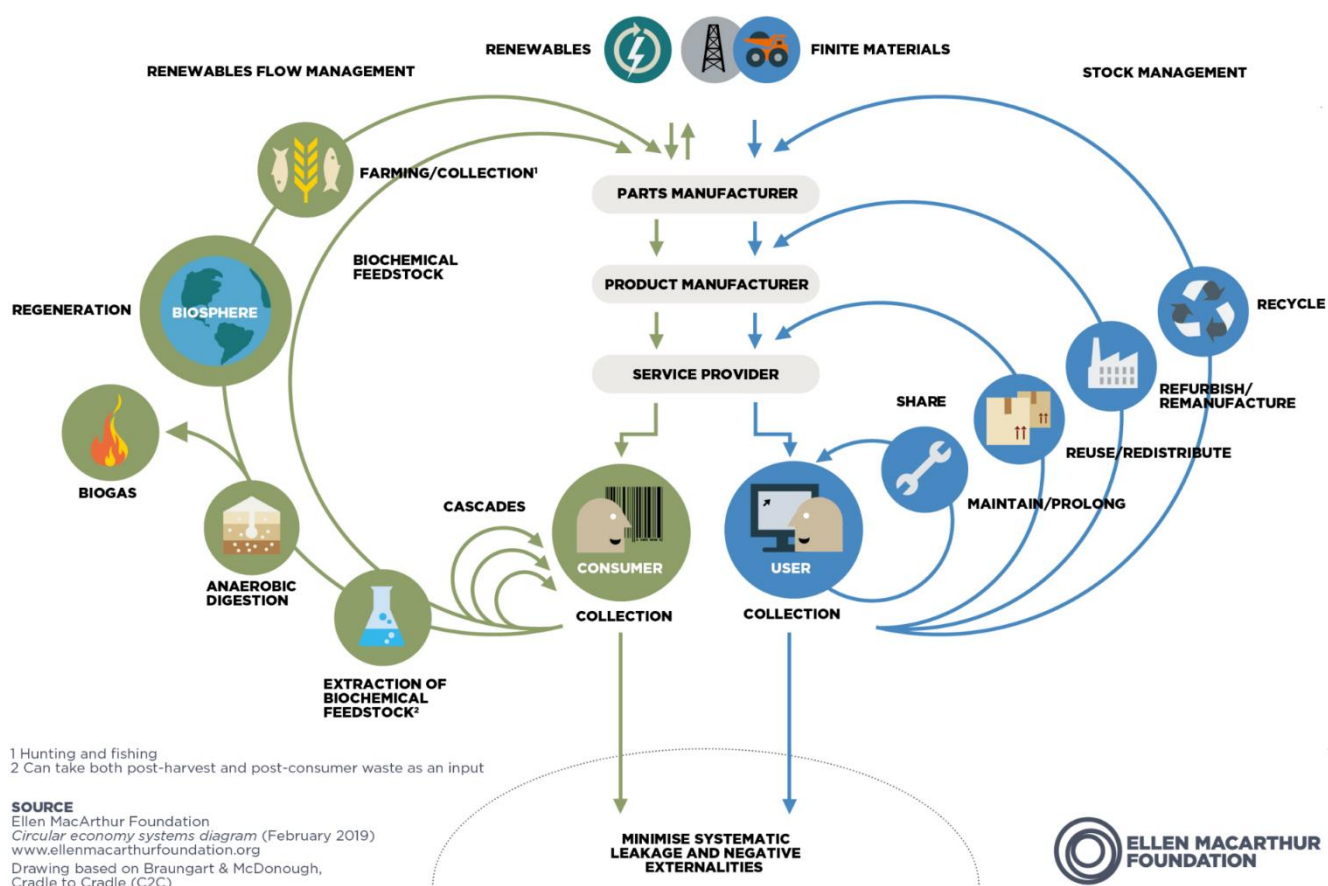
Upcycling zorgt, zoals boven al vermeld is, ook voor heel wat minder waterverbruik dan een lineair proces. Doordat je dus katoenproductie niet moet inzetten voor een nieuw product, spaar je enorm veel water uit. Een jeansbroek verbruikt gemiddeld 8.000 liter water, een hemd tot 2.000 liter water. We spaarden dus over heel het project 4,12 miljoen liter water uit. Dit komt overeen met 286 dagen non-stop douchen¹⁰ voor 1 persoon of - berekend volgens het gemiddelde per jaar - 257,5 jaar douchen voor 1 persoon¹¹.

¹⁰ https://www.joinforwater.ngo/sites/default/files/themabundel_watervoetafdruk_kledij_leerlingen.pdf?popup=true

¹¹ https://water-link.be/sites/default/files/2018-03/gemiddeld-waterverbruik_4.pdf

4.4 Recycle

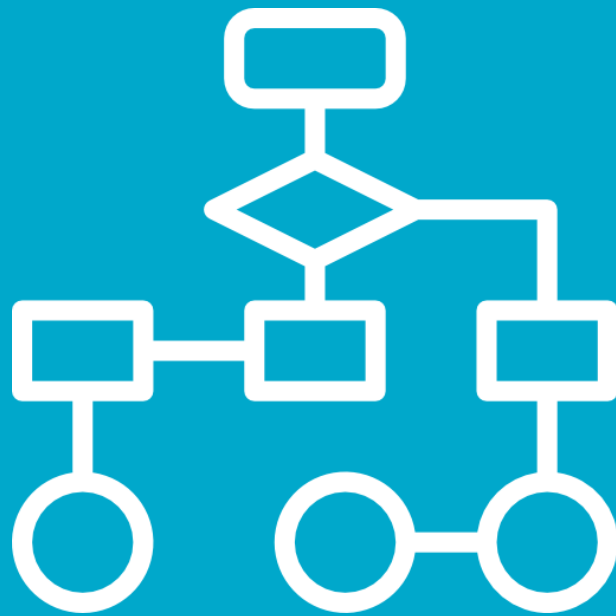
Circulair werken is breder dan enkel recyclen. Upcycling van textiel is een ongelooflijk propere, en meer ecologische, manier om een nieuwe cyclus in leven te brengen. Bij recyclage moet je opnieuw verhakselen, spinnen en stoffen maken voordat je weer aan de slag kan. Je ecologische impact is hierbij dus groter. Dit kan je mooi zien in onderstaande afbeelding van Ellen MacArthur Foundation (Upcycling valt hier onder 'Refurbish'):



Ontwerpen om te recyclen, oftewel het hergebruiken van de materialen van een product als grondstof voor een nieuw product, is anders dan ontwerpen voor upcycling. Het belangrijkste verschil is waardebehoud.

In het recyclageproces wordt het gehele product verwerkt tot nieuwe grondstoffen, terwijl er vaak nog allerlei onderdelen in zitten die je direct kunt hergebruiken. Soms is het zelfs mogelijk om het hele product na slechts een aantal reparaties direct opnieuw te gebruiken. Recycling is zeker geen slechte stap, maar je zit als snel richting downcycling.

BUSINESS MODEL INNOVATION



5 Business Model Innovation

5.1 Onderdelen van deze module

Het doel van de Business model innovatie module was de designers te ondersteunen in het uitwerken van een valabel business model, zodat de initiële circulaire productideeën van de geselecteerde designers omgezet konden worden in zakelijk succes. Met als ultieme droom dat een aantal designers vanuit het project zouden doorgroeien tot succesvolle circulaire ondernemers.

Als ondersteuningsmethode werd hiervoor de Lean Startup methode, een methode die snel inzicht geeft in wat werkt en wat niet, gehanteerd. Aangezien deze methode niet alleen theoretische innovatie principes bevat, maar ook pragmatische kennis die grotendeels voortkomt uit de vele 'lessons learned' van allerhande falende commerciële startups en productinnovaties, werd deze methode als best passend gezien bij het TOP-atelier project.

Volgende business model innovatie fases werden tijdens het project doorlopen:

5.1.1 Introductiefase:

Kennismaking met Circulaire Business Model innovatie en opstelling van een eerste eigen business model in een lean canvas, een tool die je o.a. helpt je doelgroep en markt te bepalen, om de blik van de designers te verbreden van eigen circulaire concepten naar business model ideeën met kans op zakelijk succes.

5.1.2 Problem-Solution fit fase:

Begeleiding van de designers bij opzet van exploratief marktonderzoek zodat ze meer vat kregen op potentiële doelgroepen en klanten problemen waarvoor de circulaire concepten een oplossen bieden (problem - solution fit). Zo werd de unieke meerwaarde (unique value proposition) per doelgroep voor elke designer helder.

5.1.3 Product-Market fit fase:

Begeleiding bij het uitdiepen van het marktonderzoek in functie van verdere afbakening van doelgroepgrootte/diversiteit en bereidheid van betalen door klanten voor gebruik van de circulaire producten of services per doelgroep. (Product - Market fit).

5.1.4 Pricing & scaling fase:

Begeleiding bij verfijnen van de prijszetting zodat de designers de circulaire concepten richting markt konden brengen in functie van het verwezenlijken van een succesvolle commerciële opschaling van de circulaire producten of services.

5.2 Onderzochte business modellen

Van bij aanvang van het project had het TOP-atelier team de doelstelling het eigenaarschap rond beslissingen van business model ontwikkeling bij de designers zelf te leggen. Ervan uitgaande dat dit de beste methode was om de designers te helpen de shift te maken van vrijblijvend eigenaarschap van een idee/ontwerp naar eigenaarschap over een circulaire start-up/onderneming, met zakelijk succes als ambitie (maximale impact).

Gebruik makende van Business Model Innovation (BMI) pattern cards werd de designers een overzicht geboden van de belangrijkste, succesvolle business model patronen op vlak van product, product-service en service modellen en werd persoonlijke coaching voorzien om hierrond verder onderzoek te voeren.

Hierdoor ging de meerderheid van de designers over tot exploratie van Business To Business (B2B) product-service modellen of samenwerkingsverbanden met B2B partners als alternatief voor de alom bekende B2B of business to consumer (B2C) product sales modellen. We moesten echter vaststellen dat door gebrek aan ondernemerservaring, de designers geleidelijk aan terug evolueerden naar een meer vertrouwd B2B of B2C product sales business model en hierdoor potentieel beter schaalbare circulaire samenwerkingen niet verder werden uitgediept.

Uiteindelijk schakelden alle designers finaal terug naar een business model onderzoek dat binnen de eigen persoonlijke comfortzone bleef liggen. Waardoor de focus terug vernauwde naar productvormgeving en branding/profilering van het eigen merk, binnen een B2B of B2C sales offering. Ondanks dat het TOP-atelier team hoopte bij de designers een circulaire ondernemers mindset te zien ontstaan die maakte dat innovatieve circulaire business modellen konden ontstaan, moesten we vaststellen dat de designers gedurende het project terugschakelen naar de persoonlijke “comfort zone” en gebruik maakten van de kennis uit de bestaande (niet circulaire) creatieve & productontwikkeling industrie.

Uiteindelijk leidde dit ertoe dat circulaire businessmodellen immatuur bleven. Ondanks het doorgedreven uitgevoerde marktonderzoek, legden de designers finaal de nadruk op behoud van controle over het eigen circulaire concept (het creatieve) en minder op return on investment (het zakelijke).

5.3 Uitdagingen

Naarmate de circulaire concepten gedurende het project concreter gematerialiseerd werden en de bijbehorende ontwikkel- en productie complexiteit stelselmatig toenam, merkten we dat een gebrek aan zakelijke maturiteit en ondernemende mindset bij de designers de zoektocht naar een sterk circulair businessmodel afremde.

Met als gevolg dat de typische periode van simultane ontwikkeling van business model en productaanbod, waar alle startups door moeten op zoek naar zakelijk succes, voor de meerderheid van de designers mentaal te zwaar bleek te zijn. Hierdoor bleek het aanhouden van een gemeenschappelijke begeleiding rond circulair business model innovatie niet mogelijk. De enkele designers met ondernemerservaring wensten meer diepgang, terwijl de grote meerderheid van de designers nood hadden aan meer coaching om de basisprincipes van ondernemerschap eigen te maken en deze op zichzelf en het eigen concept toe te passen.

Daarnaast bleek het voor alle designers moeilijk om los te laten dat duurzaamheid niet die de enige “unique selling proposition” hoeft te zijn. Waardoor exploratief marktonderzoek hiernaar traag op gang kwam en dit doorheen het hele project oncomfortabel bleef aanvoelen. Dankzij het directe contact met potentiële klanten werd het de designers echter wel duidelijk dat hun doelgroepen ook heel wat andere noden en behoeften wensen beantwoord te zien waar ze op dienden in te spelen, los van het duurzaamheidsaspect.

5.4 Oplossingen voor de uitdagingen

Om bovenvermelde uitdaging op te vangen werd tijdens het project geleidelijk aan meer nadruk gelegd op individuele coaching. Zodat alle designers ook persoonlijk gecoacht werden om de tijdens de plenair doorgegeven circulaire business model kennis ook toe te passen op de eigen case. Zodoende kon er tijdens het coachen meer rekening gehouden worden met de context van alle individuele concepten en de unieke persoonlijke eigenheid van de designers zelf.

Om bij designers een sterkere ondernemers mindset te kunnen doen ontstaan werd de coaching gaandeweg ook verbreed van businessmodel coaching naar persoonlijke ondernemersbegeleiding en mentoring.

5.5 Verdere ontwikkeling

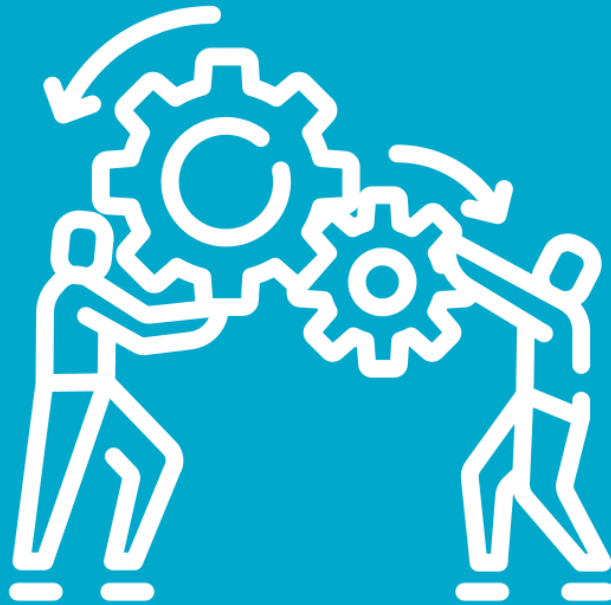
Het TOP-Atelier project maakt duidelijk dat het al dan niet ontbreken van ondernemerservaring een doorslaggevende rol kan hebben in het slagen van circulaire innovatie. Rekening houdend met het complexe karakter eigen aan circulaire business model innovatie en het feit dat ondernemerszin opbouwen niet het enige projectdoel was, hebben we proefondervindelijk moeten vaststellen dat vele van de designers via TOP-Atelier hun eerste schuchtere ondernemers stappen hebben kunnen zetten, maar dat dit nog niet het niveau van ondernemerschap werd bereikt om de gewenste impact te kunnen genereren.

Daarom valt te overwegen om bij een project vervolg of gelijk opgaande nieuwe projecten de volgende hefboomen te introduceren om de ontwikkeling van ondernemers skills te versnellen:

Optie 1 - De designers koppelen aan (niet circulaire) ondernemers die als mentor en rolmodel de designers kunnen inspireren om uit hun comfortzone te stappen en hen met raad en daad bij te staan bij verder business model onderzoek.

Optie 2 - Ondernemers of student ondernemers de kans bieden samen met de designers een ondernemings- & onderzoeksteam te vormen dat de verschillende circulaire business model ideeën verder zal onderzoeken en meer matuur trachten te maken. Het grote voordeel van deze aanpak is dat de ontstane gedeelde last, de mentale druk bij de designers waarschijnlijk zal afnemen en de durf hierdoor evenredig zal toenemen.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT



6 STAKEHOLDER ENGAGEMENT

6.1 Covid-enquête rond consumentengedrag

Toen Covid genadeloos toesloeg, ontstonden er ook andere vragen bij de designers van TOP-atelier. Omdat enkele activiteiten door de pandemie sowieso meteen wegvielen, zoals de Citizen Labs, wilden we wel weten hoe corona consumentengedrag beïnvloedde. Daarom besliste TOP-atelier in zee te gaan met Fashion Revolution Belgium en staken ze een drietalige enquête in elkaar.

De resultaten, die integraal op de website terug te vinden zijn¹², hielpen onze duurzame ondernemers hun business model verder uit te bouwen. In de enquête richtten we ons op de consumptie van zowel kleding- als interieurtextiel.

6.1.1 Enkele resultaten:

- 75% van de respondenten kocht minder tijdens de lockdown, 20% evenveel, met slechts 5% die meer consumeerde dan voordien.
- 60% van de respondenten verwacht dat ze post-lockdown terug evenveel zullen consumeren als voor de epidemie. Een kwart van hen echter denkt dat ze minder zullen kopen dan voordien, terwijl zo'n 15% net meer denkt te zullen kopen dan voor de lockdown.
- Waarom "consuminderen" (25%)?

Respondenten wezen veelal op de economische onzekerheid, maar ervoeren ook een verminderde nood aan aankopen. Velen hebben van de lockdown gebruik gemaakt om op te ruimen en ervaren dat ze reeds voldoende bezitten. Er was ook een sterker bewustzijn dat kwaliteit belangrijker is dan kwantiteit: *"snelle kicks zijn niet meer nodig"*, deze consumenten zeiden dat ze willen *"overgaan naar bewuster en lokaler consumeren"*. Tot slot vonden velen het shoppen in corona-tijden niet zo aangenaam (angst voor besmettingen, maatregelen die het plezier wegnemen).

Waarom "consumeerder" (15%)?

Redenen om meer te kopen na de lockdown lagen vooral bij het gemis van het *'shop-gevoel'*. Het opruimen van kleerkasten had ook net plaats vrijgemaakt om nieuwe dingen te kopen. Anderen ervoeren dan weer een groter budget, bij gebrek aan restaurant- en festivalbezoekjes, dat ze graag aan kleding wilden uitgeven.

In de bevraging peilden we ook naar de **factoren die een rol spelen in de beslissing om iets online te kopen**. Opvallend was daarbij dat een laag prijskaartje als minder belangrijk werd

¹² <https://topatelier.be/resultaten-bevraging-consumptiegedrag-tijdens-corona>

ingeschat dan factoren als *'het is iets dat ik vaak kan dragen'*, *'het is een lokaal product & zo steun ik de lokale economie'* en *'het is een duurzaam product'*, de drie stellingen die het meest werden aangevinkt. Dit leek erop te duiden dat de consument meer belang hecht aan factoren als duurzaamheid (lange gebruiksfase) en lokale economie dan aan het prijskaartje alleen.

70% van de respondenten kocht niet of amper online sinds de lockdown. Op de vraag of ze meer of minder online zouden kopen na de lockdown, antwoordde 40% 'meer'. Dit vooral vanwege de schrik om in fysieke winkels besmet te raken, maar ook omdat online shoppen een groot comfort biedt en omdat er meer unieke producten te vinden zijn dan in de klassieke retail. **Toch stelde de meerderheid (60%) dat ze post-lockdown terug in de fysieke wereld hun aankopen wilden doen.** Ze wilden lokale winkels steunen, maar ervoeren vooral dat het pascomfort en de mogelijkheid om items aan te raken en de kwaliteit na te gaan erg belangrijk is. Daarnaast blijft het online-aanbod ook erg beperkt voor wie tweedehands wou shoppen.

6.2 Consumer engagement sessies

Naast de enquête en ook weer in plaats van de Citizen Labs, zijn er 'consumer engagement'-sessies georganiseerd om op die manier toch een zekere feeling te hebben over wat consumenten willen en verlangen. De vorm van die sessies was telkens in samenspraak met de designers zelf.

- **Studio AMA:** kleinschalige consumentenenquête

De enquête gaf inzicht in welke communicatiekanalen consumenten, die in de prijscategorie van Studio AMA zitten, actief zijn, wat ze belangrijk vinden in een kledingstuk, wat voor content ze in hun sociale mediakanalen graag zien,...

- **La Gadoue:** diepgaande consumenten interviews

De geïnterviewde personen gaven aan hoe ze de items zouden omschrijven, waar ze het te koop zouden zien, wat er op het label zou moeten komen, hoeveel ze voor de producten zouden betalen,...

- **Paul Josephe:** consumer workshop

Verschillende personen gaven feedback op de kledingstukken en gingen aan de slag met dezelfde vragen als de interviews voor La Gadoue.

- **Triptiek:** NNOF feedback

NNOF is een bedrijf dat onder andere meubels een tweede leven probeert te geven. De ontwerpers van Triptiek gingen ernaar toe om advies te vragen op basis van de (klanten-) ervaring van NNOF.

- **Tropas:** er was een plan opgesteld voor een online consumenten workshop, maar dit is niet kunnen doorgaan wegens langdurige ziekte van de ontwerper

6.3 Interne sessies met partners

6.3.1 Evaluaties

Binnen TOP-atelier is feedback en communicatie heel belangrijk, daarom was er na een half jaar een grondig evaluatiemoment. Het verslag hiervan kan je terugvinden in [bijlage H 6.3.1](#). Na deze eerste grote, gezamenlijke evaluatie na het eerste halfjaar, werd er intern bijgestuurd via de maandelijkse vergaderingen en coaching sessies. Tegen het einde van het project werden zowel de designers als de toeleveranciers nog eens apart bevraagd (zie 6.4 op pagina [42](#) & 6.5 op pagina [44](#)).

6.3.2 Interne sessie 'Lessons Learned'

Buiten de lessons learned met de designers over iedere fase binnen het productieproces (zie hoofdstuk 10 op pagina [63](#)), was er voordien ook een interne sessie 'Lessons Learned' georganiseerd. De bedoeling hiervan was om te kijken naar: wat we onderweg geleerd hadden en hoe de overheid kon helpen om het proces te ondersteunen en de knelpunten weg te werken.

Binnen de sessie brachten we ervaringen en ideeën samen. We keken naar de volgende onderwerpen en formuleerden actiepunten voor TOP-atelier:

1. Labels en etiketten
2. Waardebepaling textielmateriaal & prijsgevoel bij de klant
3. Ondersteuning Belgische confectiebedrijven die willen investeren in nieuwe technologieën
4. Arbeidskosten
5. Officiële erkende terugnamepunten / richtlijnen in verband met terugname (recupel) textiel / bronmateriaal verplicht ter beschikking stellen voor upcycling
6. Industrieel sorteren, wassen en snijden is niet afgestemd op upcycling
7. Rol voor overheid om durfkapitaal samen te brengen
8. Samenwerkingsverbanden creëren tussen sorteercentra, wasserijen, snij- en confectieateliers
9. Wetgeving rond openbare aanbestedingen herschrijven
10. CE designers sturen naar een koppeling met ondernemers/investeerders

Enkele zaken selecteerden we en zochten we verder uit om zo met deze inzichten tot beleidsaanbevelingen te komen. Een verslag van deze Lessons Learned vind je in [bijlage H 6.3.2](#).

6.4 Korte evaluatie designers

Op het eind van het TOP-atelier presenteerde we enerzijds de 'lessons learned' van de verschillende designers zodat zij ook nog van elkaar konden leren. Daarnaast vroegen we hen ook nog via een survey een korte evaluatie in te vullen over het traject.

Enkele resultaten per vraag:

1. Wat heb je het meeste geleerd dankzij TOP-atelier?

- Waar je materiaal kan vinden, dat je strikte sorteercriteria moet hanteren, wat je best kan outsourcen en het belang van een business strategie
- Het hele upcyclingproces, de introductie tot nieuwe en innovatieve designers, verschillende technieken, het belang van een duurzaam business model en partnerschappen
- Identificeren van struikelblokken binnen mijn organisatie en prioriteiten stellen
- Design verfijnen, praktische stappen in een productieproces, interviews met mogelijke, toekomstige klanten, de connectie met andere designers
- Pionierswerk is heavy, maar je staat er niet alleen voor

2. **Wat heb je bereikt dankzij TOP-atelier?**
 - We hebben ons merk veel sneller en efficiënter gelanceerd dankzij de deelname aan verschillende fasen in het productieproces
 - Het hele proces van productie tot verkoop kunnen meemaken
 - Nu kunnen we eindelijk een volledig circulaire collectie aanbieden
3. **Zou je opnieuw meedoen aan TOP-atelier?**
 - Op 1 ontwerper na was ieder positief
4. **Waarom zou je wel of niet terug meedoen?**
 - Het hielp om te zien welke stappen je moet zetten in een 'upcycle business'
 - Het zorgde voor meer focus. Ik weet nu waar ik naartoe moet, wie ik moet vragen, welke acties ik moet ondernemen. Ik ben meer doelgericht in plaats van afwachten en zien wat er gaat gebeuren. Dit gaat ons sneller en meer impact geven
 - De connectie met andere designers en fabrikanten was positief, business coaches
 - Het was een super opportuniteit om een idee uit te werken tot een valabel product en op te schalen
5. **Zou je dit traject aan iemand anders aanraden?**
 - Iedereen was positief, een persoon wist het niet goed
6. **Waarom zou je het wel of niet aanraden?**
 - Het geeft veel inzicht in mogelijke moeilijkheden, je bent veel beter voorbereid
 - Het hangt een beetje af van de fase waar je inzit. Als je begeleiding naar partners toe nodig hebt, als je nog niet heel veel ervaring hebt, dan zeker wel
 - Het is super verrijkend, er zijn interessante ontmoetingen
 - Het is een noodzaak voor de toekomst
7. **Heb je nog advies voor ons?**
 - De meetings waren soms iets te algemeen, er mocht nog wat dieper ingegaan worden op de verschillende producten. Het business gedeelte mocht iets concreter
 - Communicatie en 'open boeken' zijn key, misschien iets meer duidelijk maken wat er verwacht wordt
 - Het business gedeelte meer concreet maken
 - Designers het programma mee laten vormgeven en inspraak geven

6.5 Eindgesprek met fabrikanten en toeleveranciers

Na nauwgezet samengewerkt te hebben met de fabrikanten en de toeleveranciers, vonden we het ook belangrijk om hun visie te zien en hun aanbevelingen, en ideale toekomstperspectieven te weten te komen na de hele rit samen. De aanwezigen waren Sophie Lesire (Flanders Fashion Makers), Geert Triest (INDECOR- De pauw), Marc Van Der Beke (Gerber Technology) en Tom Van Theemsche (Insulux) Dit deden we in een kleine workshop in het online programma Mural, een soort blackboard. De volgende hoofdzaken kwamen er naar voor en werden er besproken, gegroepeerd per thema:

1. Prijs:

- Prijs van producten moet goedkoper
- Aanbieden op de juiste plaats om het verkocht te krijgen op de juiste markt
- De prijs moet bestaan uit het echte werk dat is geleverd

2. Designers:

- Meer open minded zijn
- Meer basiskennis bij designers
- Concretere doelstellingen voor ogen
- Meer focus op het eigen werk
- Geen schrik om op te schalen
- Meer ervaring opdoen
- Meer focus op 'het echte werk'
- Goede coaching
- Eerst focussen op prototype en dan optimaliseren voor opschaling

3. Innovatie en digitalisering

- Visuele 3D modellen voordat het geproduceerd wordt
- Automatisatie van processen: nu manueel puzzelwerk
- Succesvol model ook in andere stoffen
- Digitale showrooms
- Minder arbeidsintensieve processen

Dit was het overzicht in de online tool Mural:



6.6 Backcastingworkshop met spelers uit het veld

Bij het uitbouwen en uittesten van het TOP-cycling atelier, wilden we graag van meet af aan kennis en ervaring uitwisselen, om zo tot concrete uitkomsten en gedeelde (beleids-)aanbevelingen te komen op het einde van ons traject. Vandaar de organisatie, in de derde maand van het project, van een “backcasting workshop”, waarbij de doeners rond circulair textiel in Vlaanderen werden samengebracht. Bij backcasting houdt men een ideaal toekomstbeeld voor ogen, om zo op een creatieve en verbeeldingsrijke manier de stappen en opties te ontwikkelen om dergelijke toekomstvisie te bereiken. Als tijdshorizon werd 2050 gekozen. De volgende vragen kwamen hierbij aan bod:

- Hoe wensen en hopen wij om te gaan met textielreststromen in Vlaanderen?
- Wat betekent “circulariteit” in de praktijk?
- Welke activiteiten en veranderingen leiden op korte en lange termijn naar innovatie in de levenscyclus van onze stoffen en materialen?
- Hoe ziet de retourketen eruit?
- Welke nieuwe technologieën willen we aanwenden om hergebruik en recyclage efficiënter te doen verlopen?
- Hoe kunnen we dit systeem organiseren om het rendabel te maken?
- Hoe wordt de consument betrokken in dit verhaal?

De backcasting-workshop wilde een forum bieden om samen te reflecteren en zo een beter idee te krijgen van de belangrijkste belemmeringen rond de levensduurverlenging van textiel, en de mogelijke oplossingen die we samen kunnen ontwikkelen. Een volledig verslag hiervan vind je terug in [bijlage H 6.6](#).



*Sfeerbeeld backcasting
workshop - © TOP-atelier*

COMMUNICATIE



7 Communicatie

7.1 Communicatie

Bij TOP-atelier spreken we over twee soorten communicatie, we onderscheiden interne communicatie en externe communicatie. Bij interne communicatie bedoelen we specifiek de communicatie binnen het project tussen projectpartners en designers. Met externe communicatie bedoelen we alle communicatie met de buitenwereld.

7.1.1 Interne communicatie

De organisatie, facilitatie en moderatie van vergaderingen & overlegmomenten met partners, designers apart of gezamenlijk:

- Woensdag 19 december 2018: vergadering partners – brainstorm
 - Donderdag 7 februari 2019: vergadering over opstart open call - met partners
 - Dinsdag 30 april 2019: kennismaking designers @ OVAM – all (= partners & designers)
 - Vrijdag 28 juni 2019: vergadering all
 - Maandag 14 oktober 2019: vergadering all
 - Donderdag 5 december 2019: vergadering all
 - Maandag 13 januari 2020: vergadering businessplan - partners
 - Vrijdag 17 januari 2020: vergadering all
 - Vrijdag 14 februari 2020: vergadering all
 - Vrijdag 20 maart 2020 - vergadering all
 - Vrijdag 17 april 2020: vergadering all
 - Vrijdag 8 mei 2020: vergadering partners
 - Vrijdag 15 mei 2020: vergadering all
 - Vrijdag 26 juni 2020: vergadering all
 - Woensdag 19 augustus 2020: vergadering all
 - Woensdag 9 september 2020: vergadering all
 - Maandag 2 november 2020: vergadering all
 - Donderdag 26 november 2020: vergadering partners
 - Dinsdag 1 december 2020: vergadering all
 - Maandag 25 januari 2021: vergadering partners over lessons learned
 - Maandag 22 februari 2021: vergadering all over de lessons learned en evaluatie
-
- Wekelijkse ‘praatuurtjes’ tussen coaches en designers in het voorjaar van 2020

7.1.2 Externe communicatie

- Samenwerkingen en overleg met de sector: wasserij, sorteercentra, productie-ateliers en kringloopcentra
- Netwerken binnen de industrie van circulaire textiel: deelname aan MoTIV op 15 oktober 2019, de 'Rondetafel circulaire mode & textiel' op 29 oktober 2020 (OVAM & Flanders DC), de organisatie van een webinar i.s.m. AMS, kennismaking met andere textielprojecten georganiseerd door OVAM op 2 maart,...

7.1.3 Communicatiekanalen

1. Sociale media

TOP-atelier communiceerde via diverse online kanalen en sociale media. Deze waren:

- Website¹³ in drie talen (FR-ENG-NL) met 20 verschenen blog artikelen
- Facebook¹⁴: 495 volgers
- Instagram¹⁵: 445 volgers
- LinkedIn¹⁶: 56 volgers

2. Communicatie via events & PR

- Organisatie & uitnodigingen PEEP-show
- Ondersteuning en deelname in events, vb. Motiv, Open Atelier in Onbetaalbaar, Gent
- Communicatie survey 'hoe beïnvloedt corona ons consumentengedrag?'
- Organisatie & communicatie webinar in samenwerking met Antwerp Management School (AMS)¹⁷

3. Communicatie via de partners

- IVOC
- Doek
- Prospex Institute
- Creamoda
- Ecoso
- Antwerp Management School
- Vlaanderen Circulair

¹³ <https://topatelier.be/>

¹⁴ <https://www.facebook.com/topcyclingatelier>

¹⁵ <https://www.instagram.com/topcyclingatelier/>

¹⁶ <https://be.linkedin.com/company/top-atelier>

¹⁷ https://www.youtube.com/watch?v=Ao_VFbuwfWE

7.2 Pers

TOP-atelier kreeg gedurende het hele project aandacht via verschillende media. Dit is alvast een overzicht van de publicaties waar we expliciet in vermeld werden:

1. Via partners

- A 2050 vision for textiles¹⁸ - Prospex Institute
- De toekomst wordt TOP¹⁹ - Kringmagazine
- Bringing Upcycled garments to market consumer insights perceptions – Prospex Institute²⁰
- Can we upcycle and make it last?²¹ - Medium
- Van ambacht naar industrie: een onderneming opbouwen door middel van upcycling²² – Medium

2. Via de designers

- Modelabel Paule Josephe geeft textiel een tweede leven: poëtische mode met een verhaal²³ - Weekend Knack

3. Andere

- Public money shouldn't bail out dirty fashion²⁴ - EEB
- TOP-atelier wil textielreststromen upcyclen en zoekt designers²⁵ - Fashion United

Daarnaast waren er ook persartikelen (en blijven er nog verschijnen) over de designers met hun collectie waarin o.a. items gemaakt waren binnen het TOP-atelier traject. Zo zag je b.v. artikels over de Henry van de Velde Awards, waar studio AMA een van de 17 winnaars was, met foto's van ontwerpen gemaakt uit oude hemden²⁶.

¹⁸ 3 mei 2019 – artikel Prospex Institute – A 2050 Vision For Textiles <https://www.prospex-institute.org/post/a-2050-vision-for-textiles>

¹⁹ 3 oktober 2019 - Kringwinkel Magazine https://issuu.com/herwin-sco/docs/kringmagazine_2019_def/24

²⁰ <https://www.prospex-institute.org/post/bringing-upcycled-garments-to-market-consumer-insights-perceptions>

²¹ <https://medium.com/@valerie.julie.boiten/can-we-upcycle-and-make-it-last-986da51cf55f>

²² <https://medium.com/@valerie.julie.boiten/from-craft-to-industry-building-a-business-through-upcycling-e7b39156729c>

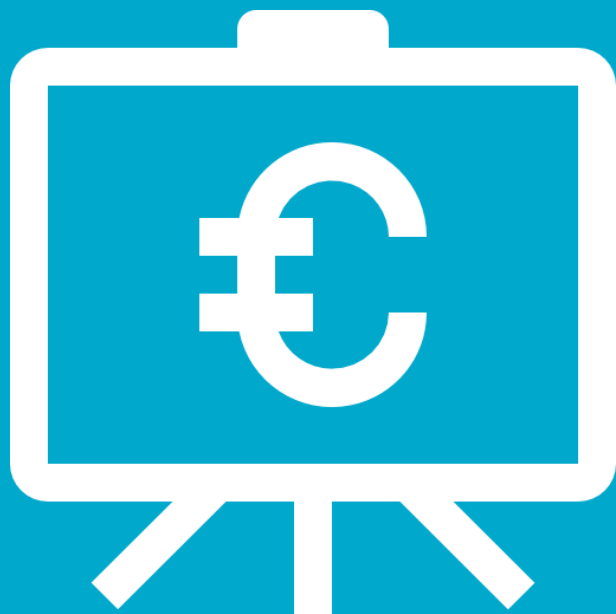
²³ https://weekend.knack.be/lifestyle/mode/modelabel-paule-josephe-geeft-textiel-een-tweede-leven-poetische-mode-met-een-verhaal/article-normal-1659835.html?cookie_check=1611321908

²⁴ <https://meta.eeb.org/2020/05/14/public-money-shouldnt-bail-out-dirty-fashion/>

²⁵ <https://fashionunited.be/nieuws/mode/top-atelier-wil-textielreststromen-upcyclen-en-zoekt-designers/2019022624946>

²⁶ <https://www.henryvandevelde.be/deelname/studio-ama>

FINANCIËEL



8 Financieel

8.1 Algemeen

Een overzicht van de kosten in het project per partner tussen 1/10/2018 en 28/02/2021

Partner	100 %	80%
IVOC vzw	€ 59.266	€ 47.412
DOEK vzw	€ 27.000	€ 21.600
ECOSO	€ 1.642	€ 1.313
PROSPEX INSTITUTE	€ 15.820	€ 12.656
TOTAAL	€ 103.728	€ 82.981

De kosten werden per partner beschreven via het financieel sjabloon van OVAM (zie [bijlagen H 8.1-1 tem 4](#)). Meer details over deze kostenopbouw zijn op aanvraag beschikbaar.

De budgetten werden gebruikt voor een uitgebreid takenpakket, uitgevoerd per partner. (zie omschrijving in 8.2 hieronder)

8.2 Omschrijving van de taken per partner:

8.2.1 IVOC (hoofdpartner):

- Opvolging van de communicatie met alle partners en designers in elke fase van het project;
- Organiseren van alle meetings en workshops en opmaak van de verslagen;
- Opvolgen van het budget;
- Coachen van de designers met de focus op de fases in de productievoorbereiding (sorteren, wassen, demonteren en snijden)
- Uitwerken instructiefiches voor de sorteercriteria;
- Contacteren, bezoeken en samenwerken met diverse experts en bedrijven in onderaanneming;
- Zoeken naar en gebruik van de geschikte technologie;
- Aanbieden en organiseren van opleidingen voor designers;
- Ontwikkeling en onderhoud van de website met tips en tools voor designers;
- Communicatie over het project via sociale media;
- Begeleiding van een stagiaire van Hogent - Student modetechnologie in het kader van een bachelorproef over het snijproces.

8.2.2 Doek vzw:

- Organisatie en communicatie van de oproep “open call” naar designers
- Ontwikkeling van de website voor de open call
- Workshops voor de designers
- Kennisdeling
- Coach van verschillende designers

8.2.3 Ecoso:

- Kennisdeling van het sorteerproces
- Samen met designers zoeken naar geschikt bronmateriaal
- Leveren van bronmateriaal

8.2.4 Prospex Institute:

- Opmaak van het TOP-atelier dossier
- Organisatie en verwerking van de resultaten van backcasting, evaluatie-sessies en consumer engagement sessies
- Uitschrijven van beleidsaanbevelingen
- Schrijven van het eindrapport

8.2.5 Creamoda:

- In contact brengen met mogelijke bedrijven voor samenwerking
- Expertise op vlak van wetgeving en normen
- Het initieel budget voor de bijdrage van Creamoda, werd in onderaanneming voor AMS gebruikt

8.3 Heeft de subsidie geleid tot investeringen van andere partners?

Gerber Technology investeert verder in de ontwikkeling van nieuwe soft- en hardware.

8.4 Hoe blijvend is het project na de Open Call subsidie?

Het doel van TOP-atelier was een blijvend concept ontwikkelen waar andere ontwerpers mee van kunnen profiteren. De lessons learned van de designers zullen in een handige tool op onze website (www.top-atelier.be) komen zodat iedere ontwerper die aan een upcycled proces begint, al enkele handgrepen heeft.

Enkele samenwerkingen tussen designers onderling en designers met partners en bedrijven lopen na het project nog verder door. Zie ook 9.1 Ontstane ketensamenwerkingen op pagina 57.

RESULTATEN



9 Resultaten

9.1 Ontstane ketensamenwerkingen

Door TOP-atelier hebben we in de eerste plaats intens kunnen samenwerken met verschillende nieuwe partners, wat zeer verrijkend was. Dankzij deze samenwerkingen konden we vlot kennis delen, elkaar inspireren en ons netwerk sterk uitbreiden. Daarnaast hebben we ook samenwerkingen kunnen opzetten tussen ontwerpers, kringwinkels, wasserijen, confectiebedrijven, opleidingscentra, potentiële consumenten en experts. Zo zijn er een aantal samenwerkingen die na dit project nog steeds doorlopen.

- De **designers** hebben met elkaar kunnen kennismaken en hebben ook samengewerkt door onder andere een open atelier dag te organiseren: Proto typical!
- **Ecoso kringwinkels** hebben kunnen kennis maken met de TOP-atelier designers en hun uitgewerkte prototypes. Ze hebben samen het bronmateriaal uitgezocht, gesorteerd en beschikbaar gemaakt. De samenwerking loopt verder na het beëindigen van dit project.
- **Wasserij De Reu** heeft het reinigen van het bronmateriaal uitgevoerd voor **TOP-atelier**. De designers hebben deze industriële wasserij kunnen bezoeken en hebben heel wat uitleg en toelichting gekregen over het wasproces in een industriële wasserij.
- **Indecor-De Pauw** heeft zowel met **La Gadoue** als met **Triptiek** samengewerkt voor de quilting. Deze samenwerking loopt ook nog steeds door.
- **Gerber Technology** heeft samen met **TOP-atelier** een innovatieve snijmethode ontwikkeld. Gerber gaat door met verdere ontwikkelingen voor de toepassingen die ze via TOP-atelier hebben leren kennen.
- **Flanders Fashion Makers** werd betrokken om de opschaling uit te voeren. Hierdoor ontstond er samenwerking tussen Flanders Fashion Makers en **Tropas** voor het versnijden van Jeans naar patroondelen voor de sneakers. Voor **La Gadoue** werden herenhemden versneden tot stroken. Deze werden ook in het stikatelier geassembleerd.
Ook voor **Paule Josephe** werden er 509 herenhemden versneden en gedeeltelijk geassembleerd.
Flanders Fashion Makers heeft ook met **Joseffa** samengewerkt en 85 herenhemden versneden en geassembleerd. Zij blijven beschikbaar voor toekomstige samenwerking met designers
- **Insulux en Triptiek** hebben samengewerkt om het leder digitaal te snijden.
- **AMS - Antwerp management school** - heeft samen met de designers gewerkt aan de opmaak van hun Businessmodel en de prijszetting.

9.2 Gecreëerde jobs (direct/indirect)

In de confectiebedrijven waarmee we hebben samengewerkt, werd technische werkloosheid vermeden door deze samenwerking en dit voor 371 werkuren. Bij enkele bedrijven blijft de samenwerking ook bestaan en zijn de bedrijven ook klaar om aan andere en nieuwe upcycling projecten te werken, zoals Flanders Fashion Makers, Indecor De Pauw en Insulux. Door de samenwerking met de Ecoso Kringwinkels wordt er momenteel verder nagedacht om een aparte textielafdeling op te starten met de nodige sorteermogelijkheden. Ook dit zorgt indirect voor nieuwe jobs.

9.3 Ecologische opbrengsten

De opbrengsten hiervan kan je in hoofdstuk 4.3 Reduce op pagina [29](#) terugvinden.

9.4 Highlights van het project

Workshops, bezoeken, deelname aan evenementen, webinars, presentaties...tijdens het project zijn er heel wat activiteiten georganiseerd door TOP-atelier, zijn er evenementen mee georganiseerd en werden we uitgenodigd voor verschillende gelegenheden. We belichten er alvast enkele, het volledige overzicht kan je terugvinden in [bijlage H 9.4](#).

- **OPROEP OPEN CALL DESIGNERS 13/02/2019 - 24/03/2019**
Begin 2019 lanceerden we met TOP-atelier een oproep om designers aan te trekken in ons upcyclingtraject. Het viel ons heel erg op hoe ver deze oproep verspreid geraakte, met een mooie selectie designers als gevolg.
- **BACKCASTING WORKSHOP 28/02/2019**
Bij het uitbouwen en uittesten van het TOP-cycling atelier, willen we graag van meet af aan kennis en ervaring uitwisselen, om zo tot concrete uitkomsten en gedeelde (beleids-)aanbevelingen te komen op het einde van ons traject. Vandaar de organisatie, in de derde maand van het project, van een 'backcasting workshop', waarbij de doeners rond circulair textiel in Vlaanderen werden samengebracht. De backcasting-workshop wilde een forum bieden om samen te reflecteren en zo een beter idee te krijgen van de belangrijkste belemmeringen rond de levensduurverlenging van textiel, en de mogelijke oplossingen die we samen kunnen ontwikkelen. Een uitgebreide bespreking hiervan vind je in hoofdstuk 6.6 op pagina [46](#)

- **SURVEY: IMPACT CORONA OP CONSUMENTENGEDRAG 04/2020 - 05/2020**

De eerste lockdown in het voorjaar van 2020 heeft een grote invloed op productie en consumentengedrag. TOP-atelier lanceerde een survey over 'hoe corona ons consumentengedrag beïnvloedt' zodat designers zich konden voorbereiden op de periode na de lockdown. De resultaten ervan werden gedeeld op de TOP-atelier website. Een uitgebreide bespreking hiervan vind je in hoofdstuk 6.1 op pagina 39.

- **WEBINAR 'THE SHIFT TOWARDS CIRCULAR FASHION TEXTILE' 19/06/2020**

Dit webinar ging over de nood aan de omschakeling naar een circulaire werking in de mode- en textielindustrie. TOP-atelier werd in deze webinar besproken als case. Er werd teruggeblikt naar het ontstaan van dit onderzoek en we deelden eerste ervaringen en leerpunten. Daarnaast kregen de vijf designers van Tropas, La Gadoue, Studio AMA, Triptiek en Paule Josephe een plek tijdens de webinar om hun hoogwaardige producten voor te stellen.

- **OPEN ATELIER 3/10/2020 - 4/10/2020**

Op verschillende gelegenheden konden de designers hun ontwerpen, prototypes en producten voorstellen aan het publiek. Bij Open Atelier 'Proto Typical' b.v. konden ze allemaal hun producten voorstellen in het open atelier van Onbetaalbaar vzw.



Sfeerbeelden Open Atelier – Proto Typical – © TOP-atelier

9.5 Opschaalbaarheid

Alle toepassingen en belangrijke tips van het TOP-atelier project worden op de website www.topatelier.be gepubliceerd en kunnen zowel door startende ontwerpers en ondernemers, als producenten worden geconsulteerd. Er bestaat een volledige beschrijving van alle uitgevoerde snijtesten en een handleiding voor het gebruik van de Gerber CutWorks over de nieuwe snijmethode bij upcycling.

Deze snijmethode en handleiding kunnen gebruikt en toegepast worden voor andere upcycling projecten en in andere confectieateliers.

Opschalen van de prototypes is een proces van vele voorbereidingen, duidelijke afspraken maken, concreet uitproberen en opzetten van voldoende testen, bijsturen en het ontwikkelen van nieuwe technieken, systemen en technologieën. Eén van de grootste uitdagingen binnen het upcyclen van kleding is het **versnijden van bestaande kleding naar nieuwe vormen en delen**.

De hamvraag is hier: Is het mogelijk om bestaande kleding op grote schaal te gaan versnijden? In het bestaande reguliere snijproces worden namelijk stoflagen op elkaar gelegd om ze nadien samen te versnijden. Deze methode is gekend en vanuit dit oogpunt technologisch verder ontwikkeld. Corona, de beperkte tijd, budget, bronmateriaal en beschikbare technologieën in België maakt dat het niet mogelijk was om brede keuzes te gaan maken en zo veel mogelijk verschillende snij-methodieken diepgaand te gaan uitproberen.

B.v.: er werd een bezoek voorzien in een bedrijf dat over stansmachines beschikt. Door corona zijn deze testen niet kunnen doorgaan.

Basisvoorwaarden om te kunnen opschalen:

- 1. Bereidheid van de designers om te gaan opschalen:**

Hier bleken vooral de twee onervaren startende designers van Paule Josephe en La Gadoue bereid toe te zijn, alsook Tropas (die reeds productie ervaring had)

- 2. Een prototype dat op punt staat en opschaalbaar is:**

Ook hier waren een aantal designers nog niet helemaal klaar met hun prototypes om te kunnen opschalen.

- 3. Voldoende bronmateriaal ter beschikking hebben:**

Dankzij de Ecoso kringwinkels zijn we erin geslaagd om voldoende bronmateriaal te verzamelen om de opschaling te kunnen uitproberen.

- 4. Verschillende snijmethodes & processen te voorbereiding kunnen uitproberen:**

Gerber Technology heeft met IVOC verschillende voorbereidende testen gedaan. Meer info over de snijtesten (zie [bijlage H 9.5](#))

5. Gemotiveerde medewerkers & nodige opleidingen en support:

Medewerkers die actief meedenken en handelen zijn nodig om dit verhaal succesvol te maken.

6. Kostprijs kunnen bepalen:

Door een groter aantal handelingen te gaan uitvoeren kan ook de kostprijs worden bepaald.

9.6 Overige resultaten en uitkomsten

9.6.1 Voor de designers:

- Designers starten hun ontwerpproces op een heel andere manier, vanuit het bronmateriaal
- Designers hebben elkaar kunnen versterken door samen te werken
- Designers kregen makkelijker toegang en gehoor bij fabrikanten
- Designers konden sneller evolueren in hun proces door alle support die ze kregen
- Nieuwe contacten bevorderen zoals de samenwerking tussen Tropas en ESG “Hack your Jeans” <https://www.hackyourjeans.com/en/projects/tropas-x-anna>
- Er werden specifieke opleidingen georganiseerd voor de designers:
 1. Business Model workshop – 12/06/2019 - AMS
 2. Elevator Pitch – 14/02/2020 – SBM
 3. Value based pricing – 05/10/2020 - AMS
 4. Onderhoud van textiel – 05/01/2021 – FBT & TFTC
- Daarnaast schreven enkele designers zich in voor de IVOC-opleidingen “Basiskennis vezels, stoffen en veredeling” en “The essentials about labelling”

9.6.2 Voor de confectiebedrijven:

- De werknemers die betrokken werden in dit project hebben nieuwe snijtechnieken kunnen ontdekken en aanleren. Er werd een specifieke snij-opleiding voorzien.
- Er zijn nieuwe inzichten in werkwijzen ontstaan bij de fabrikanten die meegewerkt hebben aan TOP-atelier
- De fabrikanten gaan voor hun eigen productie duurzamere oplossingen bedenken door deze ervaring

BARRIÈRES

LEERLESSSEN

AANBEVELINGEN



10 Leerlessen en aanbevelingen

10.1 Belangrijkste lessons learned

Er zijn heel wat watertjes doorzwommen bij TOP-atelier. Samen met de ontwerpers en met de ervaring van de coaches zoomden we hier dan ook dieper op in binnen een uitgebreide bevraging en enkele gesprekken over iedere fase binnen de upcycling productieketen. Deze Lessons Learned worden met een handige tool ook volledig op de website geplaatst. Zo kunnen andere designers, confectieateliers, merken, investeerders,.....er makkelijk mee aan de slag.

Lessons Learned per fase in de productieketen

ONTWERPEN	
Positieve uitdagingen	• Ontwerpen voor verschillende lichaamsvormen en intergenerationeel ontwerp • Weinig snijafval hebben • Transformatie tot hedendaagse kleding • Zo weinig mogelijk handelingen doen om tot het eindproduct te geraken • Een reeks producten ontwerpen met samenhang
Negatieve uitdagingen	• Moeilijk om een collectie te maken die helemaal klopt qua kleur • Achteraf toch nog vlekjes/gaatjes vinden terwijl het ontwerp eigenlijk af was • Voor schoenen: zonder lijn werken • Het vasthangen aan de maximum vorm van een kledingstuk
Specifieke uitdagingen circulair ontwerpen	• Een upcycled product tegen het levenseinde terug gebruiken voor andere doeleinden • Maatwerkbedrijven zouden ook moeten kunnen repareren
Oplossingen via TOP-atelier	• Strenge criteria hanteren bij de selectie van b.v. tweedehandshemden zodat er minder verrassingen zoals slijtage zijn
Met deze lessons learned ga ik verder	• Smocktechnieken en lintjes om modellen van b.v. hemden aan te passen • Eerst kijken naar beschikbaarheid van bronmateriaal en dan ontwerpen • Een duidelijk kleurenpalet kiezen • Eerst onderzoek doen naar partners voor bronmateriaal voordat het ontwerpen begint • Materiaal valideren zonder het ontwerpen en produceren te complex te maken • Het ontwerp moet toepasbaar zijn voor verschillende maten en lengtes van het bronmateriaal • Gebruik maken van kennis en knowhow die er lokaal is

SORTEREN	
Uitdagingen	• Het vinden van juiste lokale en duurzame sorteerpartners • Voldoende materiaal en kwaliteit vinden • Ondoeltreffende voorsortering • De verlichting van de sorteertafel: een goede lamp boven de tafel omdat anders kleine vlekjes niet gezien worden • Fijnsortering of in detail sorteren als voorbereiding van disassembly en snijproces: tijdens het snijproces merkten designers dat sommige zaken door fijnsortering vermeden hadden kunnen worden zo waren sommige hemden slim fit en niet recht, dus voor sommigen was dit dan niet geschikt om te versnijden. Of voor assembly: hemd met korte mouwen of lange mouwen waardoor je van beweging iets anders moest doen tijdens het snijden, dit maakt het proces langer.
Oplossingen via TOP-atelier	• Sorteerpartner Ecoso • Mooie kwaliteit en diversiteit gevonden • Samenwerking Showtex • Definitie voor sorteercriteria en het werken met kleurkaarten
Belangrijkste leerlessen	• Er zijn structurele oplossingen nodig voor inzameling en sortering: designers verwachten meer flexibiliteit van inzamel- en sorteercentra. Oplossing: fijngesorteerde basisstock aanleggen of 'map' van veel voorkomende criteria waarop ze dan verder kunnen sorteren. • Keuze sorteerpartner in functie van circulair engagement: designers vragen om met iemand samen te werken die ook echt circulariteit hoog in het vaandel draagt en bereid is samen oplossingen te zoeken. • Open communicatie met sorteerpartner • Sorteercriteria zeer duidelijk formuleren • Sorteercriteria kunnen aanpassen aan aanbod • Opleiding/ begeleiding sorteerpersoneel nodig • Strengere toepassing sorteercriteria • Fijnsortering nodig voor voorbereiding productieproces • Zelf sorteren heeft inzicht gegeven in problematiek

WASSEN	
Uitdagingen	• Juiste partner vinden (liefst duurzaam en lokaal) • Hoeveelheden voor industriële wasprocessen (vaak te weinig) • Muffe geur • Slordige verpakking: designers vonden dat de was b.v. in een vuile doos was gelegd • Hardnekkige vlekken • Werken met natuurlijke wasproducten: dit is heel vanzelfsprekend voor designers die duurzaam willen werken, maar niet voor een klassieke wasserij • Strijken na wassen: voor sommige kledingstukken was het nodig om te strijken omdat ze anders niet deftig geknipt kon worden, ook hier moet worden nagedacht over een circulair proces
Oplossingen via TOP-atelier	• Met andere designers samen grotere aantallen wassen • Andere wasserijen contacteren • Contact en bezoek wasserij De Reu
Belangrijkste leerlessen	• Keuze wasserij in functie van circulair engagement • Kostprijs wasproces best zo laag mogelijk houden • Open communicatie met de wasserij • Quality check nodig na wassen: probleem b.v. met kleine vlekjes • Op pop strijken is prijs niet waard: er zijn poppen waar je kleding kan opleggen waar het meteen in een keer mooi gestreken is, maar dit is veel te duur • Kleine hoeveelheden voordeliger in huishoudmachine

DISSASSEMBLY – DEMONTEREN	
Uitdagingen	• Individuele verwerking is tijdrovend • Individueel verwijderen van knopen • Individueel verwijderen van labels • Snijtechniek definiëren • Details strijken om de kledingstukken in verschillende lagen te kunnen leggen • Disassembly moet flexibel, volgens bronmodel en afgestemd op personeel maatwerkbedrijf: je hebt verscheiden bronmateriaal (verschillende maten bv) dus je moet dit ook binnen de disassembly verschillend behandelen, uitdaging om toch op een systematische manier deze verwerking te doen
Oplossingen via TOP-atelier	• Werken met productcodes • Disassembly van broeken niet meer nodig bij industriële cutter na analyse en optimalisatie van het proces • Disassembly met lintzaag
Belangrijkste leerlessen	• Tijdrovende etappe • Goede, lokale en duurzame partners vinden • QC voorzien • Modellen en productiehoeveelheden structureren en beperken • Duidelijke technische communicatie met atelier is nodig • Strenge fijnsortering nodig voor vlotte diassembly en productievoorbereiding

SNIJPROCES	
Uitdagingen	• Het snijden uit kledingstukken is een onbestaand productieproces in de confectie-industrie • Samenwerking met snij-atelier (confectieatelier) • Optimalisatie snijplan in onregelmatig materiaal • Testen van de snijcapaciteit met meerdere lagen • Lagen strak en zonder plooien opleggen • Duurzame snijmethode zonder gebruik van plastic folie: om textielmateriaal op de snijtafel te fixeren tijdens het snijden wordt er plasticfolie over de delen gelegd en deze wordt aangezogen. Dan wordt er gesneden. Deze plasticfolie wordt maar 1 keer gebruikt waardoor deze methode weer ‘minder’ duurzaam wordt. • Keuze van de snijtechniek: er zijn verschillende technieken getest, b.v. op lintzaag. Designers moeten afwegingen maken met betrekking tot prijs, duurzaamheid, beschikbaarheid van techniek,...
Oplossingen via TOP-atelier	• Gerber Technology: Gerber Technology is onder andere leverancier van digitale snijmachines en bijhorende software. We hebben met hun bestaande technologie verschillende methodes ontwikkeld zodat b.v. herenhemden versneden konden worden. • Creatie van een efficiënte workflow • Werken met de lintzaag tot 20 lagen • Inzicht in professioneel digitaal snijden • Plasticfolie wordt meerdere keren gebruikt en nadien gerecycleerd om opnieuw te snijden
Belangrijkste leerlessen	• Structureel bundelen en coderen van alle gesneden delen • Goede lokale partners vinden met de juist knowhow

CONFECTIE	
Uitdagingen	• Het vinden van de juiste partner • Gesneden stuks, gestructureerd aanleveren • Toch nog vlekken, gaten en fouten in materiaal vinden • Communicatie met het atelier • Volgorde handelingen: zien dat je in de goede volgorde je item in elkaar steekt, dit is soms een ander proces dan bij een lineair product • Kostprijsberekening • Timing onregelmatige handelingen voor prijsbepaling: bij een lineair product is alles perfect afgestemd, maar bij upcycling heb je b.v. dan eens een dikke stof, dan dun, andere kleuren van garen enzovoort • Kleuren garen op verschillend materiaal: bv voor een designer kan het belangrijk zijn dat het garen altijd de kleur van het hemd kan volgen, dat is een uitdaging doordat het dan duurder kan worden • Uitsluitend unieke stukken in functie van het bronmateriaal: Je hebt dezelfde bewerking voor de confectie, maar je kan niet zeggen voor ieder stuk 'dit is de technische fiche voor al deze stuks', je moet een overzicht hebben van welk stuk stof b.v. bij welk ontwerp hoort zo kan je het nakijken achteraf. Dit is vooral een communicatietool met het confectie-atelier
Oplossingen via TOP-atelier	• Werken met productcodes • Goed, duidelijk en beleefd communiceren • Gebruik van technische fiches en instructies
Belangrijkste leerlessen	• Kwaliteitseisen duidelijk communiceren • Meer testen nodig • Gesneden stuks moeten gestructureerd aangeleverd worden • Vraag naar duurzame en lokale partners

10.2 Beleidsaanbevelingen

Eén van de doelstellingen van TOP-atelier, was ‘Aanbevelingen formuleren met betrekking tot het beleidsniveau en samenwerkingen met andere sectoren’. Hieraan hebben we op verschillende manier gewerkt.

Aanpak

De eerste aanzet hiervan was de backcasting workshop (lees in hoofdstuk 6 Stakeholder Engagement vanaf pagina **39**) van Prospex Institute aan het begin van het project met een heel aantal partners. Gaandeweg kregen we ook steeds meer input van de designers van TOP-atelier, de partners en haalden we inspiratie uit het traject an sich en de problemen waar TOP-atelier op stootte. Via een van de coaches, Sibille Diederichs, kregen we ook nog extra aanvullingen via ervaringen van een ander upcycling project van haar, Joseffa. Ook de presentatie van Bert De Busser over het project ‘Issue’ op een netwerkevenement voor textielprojecten, georganiseerd door o.a. OVAM, gaf inspiratie, ook hierna is er nog contact geweest met dit project.

Daarnaast was er overleg met o.a. Edwin Maes van Centexbel en Evelyn Lafond van OVAM en hebben we de aanbevelingen afgetoetst bij Jo Van Landeghem van Creamoda. De aanbevelingen worden ook op www.top-atelier.be gepubliceerd.

Dit zijn onze aanbevelingen voor de overheid:

10.2.1 Specifieke labelling voor geüpcyclede items

Een nieuw kledingstuk dat geconfectioneerd wordt uit gebruikt textielmateriaal, moet voorzien worden van de wettelijk vereiste etikettering voor o.a. vezelsamenstelling en onderhoud. Vaak zijn labels in het bronmateriaal niet meer leesbaar of aanwezig. Indien er toch een etiket aanwezig is, kan de samenstelling veranderd zijn door gebruik en onderhoud van het bronmateriaal. Om de juiste inhoud van de labels voor geüpcyclede items te bepalen is vaak een labotest nodig en omdat ieder geüpycled product wordt gemaakt uit - een combinatie van - verschillende gebruikte textielartikelen, zou je voor ieder product een nieuwe labotest moeten uitvoeren. Dit is onmogelijk.

10.2.2 Investeringsen:

We hebben meer investeringen nodig voor:

- **Sortersystemen & sorteerpersoneel**
Er is onvoldoende kennis en slagkracht bij sorteerders. TOP-atelier ervaarde dit tot drie maal toe met verschillende sorteerders. Daarnaast is er geen universele manier van sorteren, geen standaardisering. Designers moeten op die manier makkelijker van materiaal worden voorzien.
- **Creatieve hubs en testlabo's**
Upcycling is trial and error, investeer in onderzoek om hiermee te experimenteren en kennis aan elkaar door te geven.
- **Multidisciplinaire aanpak**
TOP-atelier geeft duidelijk weer hoe waardevol designers zijn bij de vertaalslag van circulaire conceptideeën naar aantrekkelijke producten. TOP-atelier toont echter ook dat de waarschijnlijkheid klein is dat circulair zakelijk succes bereikt zal worden door designers alleen. Designers dienen minimaal geflankeerd te worden door ervaren ondernemers en idealiter door een multidisciplinair team met focus op maakbaarheid, haalbaarheid en gewenstheid van circulaire concepten. Zulke multidisciplinaire teams vormen zich echter niet vanzelf. Hierbij kan de overheid een faciliterende rol spelen met een unieke meerwaarde.

10.2.3 Belastingverlaging

Het maken van een upcycling product en de arbeid die erin kruipt is duur, plus de verkoop zelf mag gestimuleerd worden. Verlaag de BTW van 21% dan ook naar 6% zoals dit nu b.v. bij renovaties wordt gedaan. Dit geeft de designers, merken de kans en een stimulans om verder te gaan in upcycling.

10.2.4 Verlaag de complexiteit rond durfkapitaal

De ervaring van TOP-atelier leert dat er momenteel in Vlaanderen geen duidelijke kanalen zijn waarlangs circulaire fashion/textile startups durfkapitaal kunnen ophalen. De overheid kan een rol spelen in het groeperen van individuele duurzame investeerders en het genereren van meer zichtbaarheid voor deze investeerders.

10.2.5 Educatie

- **Circulair design**
Dit zou als standaard in design- en kunstschole aan bod moeten komen en dus in het leerplan opgenomen worden.

- Sensibiliseren op scholen
Consumenten krijgen vandaag geen heldere informatie mee over de milieu-impact van het textielproduct dat ze kopen. Er is een breder probleem van kennisgebrek rond de tol die de textielketen eist op onze ecosystemen en hulpbronnen. Vanuit scholen kan je sensibiliseren met aandacht voor end-of-life-mogelijkheden en wat de ecologische impact hiervan is binnen de verschillende disciplines.
- Ondernemersskills
Ondanks dat er al heel wat aandacht gaat naar opbouw van ondernemersskills binnen Vlaanderen, lijkt dit nog een hiaat te zijn binnen het Vlaamse circulaire ecosysteem dat via Vlaamse subsidies ontstond.

10.2.6 Uitgebreide producentenverantwoordelijkheid (UPV)

Gebruik de uitgebreide producentenverantwoordelijkheid als een - Europese - strategie die de producent verantwoordelijk stelt voor de volledige levenscyclus van een product met speciale aandacht voor de terugname, recyclage en eindverwerking. Geef merken hierdoor meer verantwoordelijkheid voor hun end-of-life. De inkomsten hiervan kunnen gebruikt worden om b.v. meer in upcycling te investeren.

10.2.7 Afvalstromen toegankelijk maken

Er is op dit moment te weinig globaal inzicht in wat er met reststromen gebeurt. Er zijn structurele controles nodig om het potentieel hiervan na te gaan, door de overheid, en om te zien wat er met overschotten gebeurt. Zo kunnen deze toegankelijker worden voor upcycling projecten en collecties.

10.2.8 Ecocheques

Met ecocheques kan je ondertussen tweedehands kleding kopen of kleding met het GOTS-label, maak dit ook toegankelijk voor upcycling producten.

TOEKOMST



11 Toekomst

TOP-atelier was een prima aanzet van een verder project. We hebben geleerd dat het mogelijk is om vanuit afgewerkte kledingstukken nieuwe hoogwaardige textielproducten te maken en op te schalen. De doelen die we vooropgesteld hadden waren duidelijk. Zoals te lezen valt in dit eindrapport kwamen er heel wat uitdagingen naar voren (snijprocessen, sorteren, bronmateriaal, kennis en aanpak designers,...). Een aantal daarvan hebben we al goed kunnen vastpakken, maar verder onderzoek is nog nodig om het upcycling verhaal nog meer slagkracht en kansen te geven. Er zijn al onderlinge gesprekken geweest om te zien hoe we dit best verder kunnen aanpakken en wat de opties zijn. Het is duidelijk dat we nog meer optimalisatie en innovatie nodig hebben voor de volgende onderzoekstopics:

11.1.1 Sortering

De sorteercriteria moeten vernieuwd worden om zo een basisstock aan te bieden aan de upcycling industrie.

11.1.2 Voorbereiding productie

Gemeenschappelijke bewerkingen van verschillende ontwerpers moeten samengevoegd worden om er een proces van te maken. Het is belangrijk om hierbij de knowhow van de industrie te betrekken.

11.1.3 Snijproces

Er is een verdere optimalisatie voor hard -en software nodig om de snijtijd bij opschalen en kleine producties in te korten. Dit kan onder andere door de nodige Projectoren of camera's te installeren waardoor het snijoppervlak zeer snel op de pc wordt herkend.

11.1.4 Het belang van een netwerk

Bij dit project waren we begonnen met het verbinden en zoeken van leveranciers, designers, etc. . De reacties waren erg positief, zowel over de afgewerkte producten als over de samenwerkingen. Dit kan nog uitgebreider. In een volgend traject willen we hier nog dieper op ingaan en zoveel mogelijk linken leggen, zo kunnen we een groot netwerk opbouwen rond upcycling binnen de industrie. Op een interactieve, eventueel open source, online kaart willen we alle spelers samen zetten, op die manier kunnen designers, merken, investeerders,... makkelijker contacten leggen om lokaal een upcyclingtraject op te zetten.

11.1.5 Duurzaamheidsbeleid

Een van de speerpunten van TOP-atelier was natuurlijk ook duurzaamheid en het circulaire upcycling verhaal meehelpen verder te verspreiden. Dit lukte ook, mensen waren nieuwsgierig en verrast door de resultaten. We merkten echter dat het duurzaamheidsbeleid binnen de confectieateliers en hun toeleveranciers een extra boost kan krijgen via dergelijke projecten. Hier zouden we ook verder willen op ingaan.

11.1.6 Investeerders

We merkten dat ontwerpers vooral geconcentreerd zijn op hun ontwerpfase en minder 'business' minded zijn. Een interessante connectie tussen investeerders en designers zou dit een nieuwe 'push' kunnen geven.