

Trends in de kledingtextielsector: Design en productontwikkeling maken het verschil

Philippe Vlerick • President Uco

Rinze Koopmans • Marketing Manager Uco Sportswear



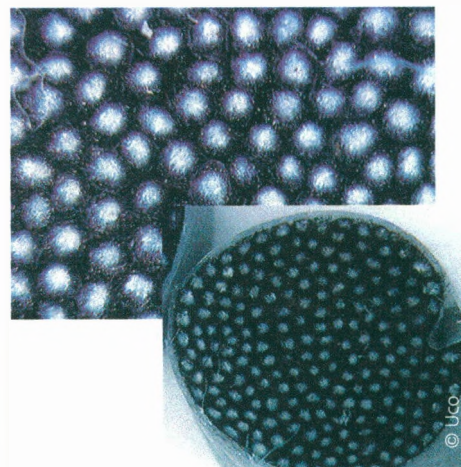
■ De trends in denim kleding, zoals speciale waseffecten of afwerking, vereisen een doordacht investeringsbeleid om de industriële mogelijkheden van het bedrijf optimaal af te stemmen op de noden die uit deze tendensen naar boven komen.

Binnen de kledingtextielsector neemt de productie van denim een bijzondere plaats in. De nieuwste generatie jeansbroeken zijn het resultaat van doordacht design en verregaande productontwikkeling. Wist u dat denim gemaakt kan worden uit mais-, en bamboevezels? Of wat dacht u van een jeans die zich aanpast aan het seizoen en koel aanvoelt in de zomer en warm in de winter?

Uco, denimspecialist

De textielgroep Uco, waarvan de oorsprong teruggaat tot in de 18^{de} eeuw, heeft zich de voorbije decennia ontwikkeld tot een wereldspeler en marktleider in het hoogwaardig segment van **denimweefsels voor vrijetijdskledij**. Naast de Belgische vestigingen in **Gent** (spinnerij-ververij-weverij) en **Brugge** (spinnerij), heeft Uco ook vestigingen in North Carolina en Texas (**USA**) voor de Amerikaanse denimmarkt. Recent startte Uco ook een productie-eenheid op in **Roemenië**.

Denim bekleedt een specifieke plaats in de wereld van kledingtextiel. Het marktsegment waar dit weefsel in gebruikt wordt, is over de laatste 50 tot 60 jaar verschoven van werkkledij naar vrijetijdskledij en duikt de laatste 10 jaar zelfs met succes op bij top designers en in de hoge mode.



■ Typisch aan het indigo verven is dat het garen enkel aan de buitenzijde blauw kleurt en de kern wit blijft. Foto's: Doorsnede van enkele kettingdraden.

Een jeans produceer je nooit alleen...

Denim en enkele afgeleide producten bekleeden een zéér aparte plaats in de wereld van de kledingstoffen. Het is namelijk zo dat er een geïntegreerde interactie nodig is tussen denimproducent, confectionair en wasserij. Alle kledingstukken moeten immers nog gewassen worden voordat ze in de winkels verkocht kunnen worden. Deze interactie vraagt ook om een geïntegreerde aanpak bij design en productontwikkeling. Alle stoffen kunnen slechts geëvalueerd worden na één of meer industriële wassingen.

Het verhaal start eigenlijk al bij het **spinnen** van het garen dat uiteindelijk moet dienen als *ketting* - die indigo geverfd zal worden - en *inslag*, die normalerwijze gewoon écru blijft. In welke mate verdikkingen (vlammen) op het garen aanwezig zijn, zal het karakter van de stof mede gaan bepalen. Ook de variatie in bindingen en dichtheden bij het **weven** bepalen mee het uitzicht van het weefsel. Eén van de belangrijkste parameters blijft echter het **indigo verven**. Indigo verven is in zoverre uniek dat deze verfstof geen enkele affiniteit met katoen heeft en eigenlijk rond het garen "geplakt" wordt. Dat resulteert in een randverving waarbij het garen aan de buitenzijde blauw ziet en de kern wit blijft.

Het samenspel van al deze elementen maakt dat na confectie de zogenaamde *stone-wash* de indigo gaat wegschuren, eerst op de dikste plaatsen, en daar het wit van de kern van het garen laat bovenkomen om zo het unieke karakter van denim te tonen.

Trends in denim

Design/productontwikkeling bestaat erin de hierboven geschetste parameters samen te brengen en aan te passen aan de tendensen die in de markt spelen.

Uco werkt ongeveer twee jaar vooruit op de markt en is nu al enkele maanden bezig aan de collectie Winter 2007/8. Het is dus van groot belang dat de tendensen goed ingeschat worden. Dit wordt gedaan in samenspraak met een aantal consultants en speciale klanten. Cruciaal - en niet te onderschatten - is ook het eigen inschattingsvermogen. Bij het concipiëren van nieuwe artikelen moet namelijk in eerste instantie uitgegaan worden van de industriële mogelijkheden binnen het bedrijf. Het investeringsbeleid moet ook in overeenstemming gebeuren met de noden die uit deze tendensen naar boven komen. Het is dus van wezenlijk belang de hypes van trends te onderscheiden.

Het is essentieel om op verschillende fronten tegelijk actief te zijn en dit naadloos te integreren in het industriële concept. Wat zijn die verschillende fronten? Eerst de klanten die ver vooruitwerken en de tijd nodig hebben om met nieuwe concepten confectie- en wasproeven te doen om een unieke 'look' te kunnen neerzetten in een hoogwaardig marktsegment.

Dan de klanten die korter op de bal spelen. Unieke look zijn voor hen iets minder belangrijk, maar prijs en 'time-to-market' des te meer. Het gaat hier onder meer om de gespecialiseerde kledingdistributie. En uiteindelijk de klanten die snel nog iets zoeken, om onmiddellijk in de winkel te kunnen verkopen.

Onderzoek & ontwikkeling maken het verschil

Enkel een continue stroom van productontwikkeling, research en development maakt het mogelijk om de diverse soorten klanten tegelijk te bedienen.

R&D speelt zich af op het gebied van **spinnen** en **verven**, maar ook in de toepassing van **nieuwe vezels**, zoals het steeds belangrijker worden van stretch. Dit kan gebracht worden via elastomeren (zoals Lycra) of bi-component polyesters.

Het inschatten van trends is niet te onderschatten; Uco heeft nu al volop geïnvesteerd in technieken voor het maken van de wintercollectie 2007/2008.

Nieuwe ontwikkelingen in vezelland zijn enorm boeiend. Men slaagt er zelfs in om polyesterachtige vezels te winnen uit afval van maïs via het product PLA (Polylactic Acid). Qua **duurzaamheid** biedt dit proces een enorm voordeel. Ook zien wij ontwikkelingen in vezels uit niet-traditionele kledingtextielplanten zoals bamboe en soja. Een ander verhaal is "organisch" katoen, dat wil zeggen katoen dat op biologische wijze geteeld wordt, zonder insecticide, fungicide en pesticide, en waar ook geen ontbladeringsproducten aan te pas komen. Het gebruik van dit soort katoen is nog wat problematisch omdat de kwaliteit niet altijd even consistent is, ook

de aanvoer is niet regelmatig en onze ervaring leert dat de denim-consument nog niet bereid is de hogere prijs te betalen. Dit schijnt dan wel het geval te zijn voor Max Havelaar katoen (Fair-Trade), waarbij de katoenboeren een eerlijke prijs krijgen voor hun grondstoffen. Dit marketingverhaal hebben wij geïntegreerd in onze strategie en binnenkort kan men de eerste denim kledingstukken met Fair-Trade label al in de winkels vinden.

Al deze ontwikkelingen zijn zeer interessant, maar toch stellen wij belangrijke geografische verschillen vast. Het "noorden" zal sneller de voordelen van nieuwe vezels



■ R&D ligt aan de basis van nieuwe verftechnieken, zoals colour denim.



- Een van de nieuwste ontwikkelingen is *Outlast*, een jeans die koel aanvoelt in de zomer en warmer in de winter.



inzien en het "zuiden" houdt langer vast aan het traditionele 100% katoen. Het is dus van belang met deze voorkeuren rekening te houden bij de presentatie van de collectie naar de verschillende markten toe.

R&D speelt zich ook af op het gebied van verven: traditioneel indigo verven is nog slechts een klein deel van de totale productie. Om speciale (was)effecten te bekomen wordt indigo verven gecombineerd met ofwel een vóór en/of nãverving: bijvoorbeeld met zwart voor een *greycast*, of met beige om een "greencast" te bekomen. Men moet weten dat pure indigo een roodachtige schijn (= cast) vertoont.

R&D ligt ook aan de basis van een verfprocédé dat Uco uniek maakt, namelijk *colour denim*. Hier wordt het indigoprocédé zodanig aangepast dat ook andere kleuren geverfd kunnen worden met een gelijkwaardig afwaseffect als indigo (kleur van buiten, witte kern). Elk seizoen worden er een 30-tal nieuwe kleuren gepresenteerd die op de laatste trends afgestemd zijn.

R&D speelt steeds meer een rol bij het **veredelen**. Traditioneel werd denim slechts "geskewed" (behandeld tegen draaipijpen) en gesanforiseerd (behandeld tegen overmatige krimp). Dit zijn puur mechanische behandelingen. Het nieuwe aanbod van Uco richt zich steeds vaker op chemische afwerking:

- **Merceriseren:** door middel van een loog de katoenvezels laten zwellen zodat de dimensionele stabiliteit verhoogt, het weefsel meer glans krijgt en de verfstof gefixeerd wordt. Hetzelfde wordt bereikt door een behandeling met vloeibare ammoniak, bij -33°C;
- **Coaten:** een extra pigmentkleurlaag aanbrengen op de basiskleur om een bi-colour effect te bekomen na wassen;
- **Resineren:** een kunsthars leggen rond de garens om de dimensionele stabiliteit te verhogen (vooral bij stretch weefsels) en de verfstof beter te fixeren, wat dan weer in andere was-eigenschappen resulteert;

- **Pearl Finish:** een ingenieuze combinatie van kunstharsen en een mechanische kalanderafwerking om aan denim een bijzonder vlak, glanzend uitzicht te geven.

Een van de laatste ontwikkelingen is de toepassing van **Outlast**. Dit is een *Phase Change Material* (PCM), dat via microcapsules de temperatuur van het weefsel regelt, om het draagcomfort te verhogen. Koeler in de zomer, warmer in de winter. De uitdaging was om dit materiaal zodanig op het doek aan te brengen zonder

het "aanvoelen" negatief te beïnvloeden, maar toch voldoende dik opdat de microcapsules niet tijdens de eerste industriële was met het water zouden wegspoelen.

Puur grafisch design komt tot zijn recht bij enkele producten die ons gamma vervolledigen zoals "Stripes & Checks". Dit slaat dan op een kleurrijke verzameling gewezen tekeningen in stoffen die door dezelfde klanten naast denim gebruikt kunnen worden. Hier worden per seizoen een zestal thema's met een honderdtal dessins ontwikkeld.

Besluit

In een sector die op de mode moet vooruitlopen, zijn design en productontwikkeling de motor die het volledige machinepark draaiende houden en de toekomst van de onderneming moeten waarborgen. ■



ADMB Een klare kijk op uw onderneming

ADMB begeleidt en ondersteunt bedrijven, zelfstandigen en particulieren op diverse terreinen van de sociale wetgeving en HRM. Of het nu gaat om HR Management, verzekeringen, preventie en bescherming op het werk, interimarbeid, rekrutering, kinderbijslag of afwezigheidscontrole... ADMB verliest niets uit het oog en verruimt uw blik. Zo behoudt u altijd het overzicht.



Wenst u meer informatie over de diensten van ADMB?

Stuur, fax of mail uw gegevens naar: ADMB, Sint-Clarastraat 48, 8000 Brugge. Telefoon 050 474 111, fax 050 474 479, e-mail: info@admb.be
Breng ook een bezoek aan onze website: www.admb.be