



UNIVERSITEIT
GENT

FACULTEIT ECONOMIE
EN BEDRIJFSKUNDE

ACADEMIEJAAR 2003-2004

Het belang van de modesector in de Belgische economie

Scriptie voorgedragen tot het bekomen van de graad van:
- licentiaat in de toegepaste economische wetenschappen

Bénédicte Dhont

Onder leiding van

Prof. Allaert

Het belang van de modesector in de Belgische economie

ACADEMIEJAAR 2003-2004

Bénédicte Dhont

Onder leiding van

Prof. Allaert

WOORD VOORAF

Het schrijven van een eindwerk als afsluiting van mijn studie in de toegepaste economische wetenschappen was een boeiende, maar geen eenvoudige opgave. Een zoektocht naar relevante informatie en ettelijke uren denkwerk over welke richting ik aan dit werk wou geven gingen aan de realisatie vooraf.

Dit eindwerk had dan ook niet kunnen tot stand komen zonder de hulp van een aantal mensen.

Eerst en vooral wil ik mijn promotor, prof. Allaert, bedanken voor zijn bereidheid om steeds tijd vrij te maken en voor het duwtje in de juiste richting als ik met onduidelijkheden of twijfels werd geconfronteerd.

Bovendien wil ik een bijzonder woord van dank richten tot dhr. Quix, directeur-generaal van Febeltex, dit niet alleen voor het interview, maar ook voor het ter beschikking stellen van nuttige informatie en het doorverwijzen naar de juiste contactpersonen.

Verder dank ik alle andere personen die tijd vrijmaakten voor een interview, hielpen bij het herlezen en me steunden in deze opdracht.

Mei 2004,

Bénédictie Dhont

INHOUDSTAFEL

INLEIDING	1
------------------------	----------

DEEL 1: Voorstelling van de Belgische textiel - en confectiesector	3
---	----------

Hoofdstuk 1: Geschiedenis van de Belgische textiel- en confectiesector	3
1.1 Tot 1990	3
1.2 Schematisch overzicht van de textiel naar de mode	4
Hoofdstuk 2: Voorstelling van de Belgische textielsector	7
2.1 Definiëring van de sector	7
2.2 Tewerkstelling	9
2.3 Toegevoegde waarde van de textielsector	10
2.4 Investerings, innovatie en technologie	11
2.5 Import en export	13
2.6 De belangrijkste spelers op de markt	14
2.7 Geografische situering	15
Hoofdstuk 3: Voorstelling van de Belgische kledingsector	17
3.1 Definiëring van de sector	17
3.2 Tewerkstelling	18
3.3 Toegevoegde waarde	19
3.4 Investerings, innovatie en technologie	19
3.5 Import en export	20
3.6 De belangrijkste spelers op de markt	22
3.7 Geografische ligging	23
Hoofdstuk 4 : Voorstelling van de distributiekanaal	24
4.1 De afnemers in België	24

Deel 2: dynamiek en problematiek van de sectoren	28
---	-----------

Hoofdstuk 1: Conjunctuur en dynamiek	28
1.1 Textielproductievolumen	28
1.2 Textielomzet	29
1.3 Synthetische conjunctuurcurve	29
1.4 Kledingproductievolumen	30
1.5 Kledingomzet	31
Hoofdstuk 2: Concurrentie vanuit het standpunt van textiel naar mode	32
2.1 Concurrentie	32
2.2 Loonkostenproblematiek	34
Textiel	34
Kleding	35
2.3 Free and fair trade	36
Uitbreiding van de EU	37
De pan-euro-mediterrane-zone	37
Einde van het quotasysteem	38
Hoofdstuk 3: Delocalisatie	39
3.1 Definitie	39
3.2 De verschillende vormen van delocalisatie	41
3.3 De motieven de delocalisatie	43

3.4	De delocalisatiegolf van Noord-Afrika naar Oost-Europa.....	46
3.5	Gevolgen van de delocalisatiegolven voor ons land	47
	Hoofdstuk 4: Rol van de overheid.....	49
4.1	Historisch overzicht.....	49
	Het textielplan	49
	Maribel en het globaal plan.....	50
	De Multi-vezel akkoorden.....	51
4.2	overheidsinstrumentarium vandaag.....	52
4.3	Internationale initiatieven.....	56
	Schone Kleren campagne (SKC).....	56
	International Confederation of free trade unions (ICFTU)	57
	Apparel Industry Partnership (AIP)	57
	Ethical Trade Initiative (ETI).....	57
	Hoofdstuk 5 : Imago van de Belgische mode in binnen- en buitenland	57
5.1	Hoe België op de kaart kwam te staan	57
5.2	Nationale en internationale klantenbinding.....	60
	DEEL 3: CASESTUDIES	61
	CASE: CAROLINE BISS	61
	Structuur	61
	Tewerkstelling.....	62
1.2	Limaco.....	62
	Verhandelde volumes	63
	Klanten	64
	Delocalisatieverhaal	64
	CASE: E5-MODE	66
	Structuur	66
	Tewerkstelling.....	68
	Klanten	68
	Delocalisatie	69
	CASE: VAN DE VELDE	70
	Structuur	70
	Omzet	71
	Investerings	71
	Verkoopsorganisatie.....	72
	Delocalisatie	72
	ALGEMEEN BESLUIT	74

LIJST VAN FIGUREN

figuur 1: De textielketen.....	5
figuur 2: Bedrijfskolom van de textiel naar de mode.....	6
figuur 3: Geografische verdeling van de textielbedrijven in België (eigen opmaak)	16
figuur 4: Geografische verdeling van de kledingbedrijven in België	24
figuur 5: Structuur van Caroline Biss.....	61
figuur 6: Structuur van E5-mode.....	67
figuur 7: Structuur van Van de Velde NV.....	70

LIJST VAN TABELLEN

tabel 1: Kerncijfers van de textielsector (*schatting op jaarbasis).....	7
tabel 2: Verdeling van de toegevoegd waarde	8
tabel 3: Belangrijkste spelers op de markt	15
tabel 4: kerncijfers kledingsector (2002).....	17
tabel 5: Vergelijking van de toegevoegde waarde per werknemer in de verschillende sectoren	19
tabel 6: Invoertoename globaal en vanuit China.....	21
tabel 7: belangrijkste kledingproducenten.....	23
tabel 8: kettingindexen 1995 = 100	25
tabel 9: Binnenlandse kledingproductie	30
tabel 10: Omzet kledingsector.....	31
tabel 11: Uurloonkost in Ecu - textielarbeiders België = 100	34
tabel 12: Loonkostenevolutie van 1991 tot 2002	36
tabel 13: Delocalisatie of niet.....	41
tabel 14: Vormen van delocalisatie	42
tabel 15: Verschillende vormen van delocalisatie.....	42
tabel 16: Regionale nuancering van de delocalisatiemotieven.....	46
tabel 17: Regionale nuanceringen van delocalisatieproblemen	48
tabel 18: Tewerkstelling holding.....	62
tabel 19: Verdeling van de omzet per land.....	71
tabel 20: Investerings Van de Velde.....	72

LIJST VAN GRAFIEKEN

grafiek 2: Positioneringsroos van de sector textiel en kleding in 2000.....	11
grafiek 3: Investerings in de textielsector	12
grafiek 5: Geografische verdeling van de kledingsector.....	18
grafiek 6: import landen	21
grafiek 7: export landen.....	22
grafiek 8: Conjunctuurcurve voor de textielindustrie	29
grafiek 10: Aantal verhandelde stuks	63

LIJST VAN AFKORTINGEN

AIP = Apparel Industry Partnership

ATC-agreement = Agreement on textiles and Clothing

CAO = Collectieve Arbeidsovereenkomst

CRB = Centrale Raad voor het Bedrijfsleven

EROV = Economische Raad voor Oost-Vlaanderen

ETI = Ethical Trade Initiative

EU = Europese Unie

FET = Financieel Economische Tijd

GATT = General Agreement on Tariffs and Trade

GIMV = gewestelijke Investeringsmaatschappij Vlaanderen

ICFTU = International Confederation on Free Trade Unions

ITCB = Instituut voor textiel en Confectie van België

KMO's = kleine en middelgrote ondernemingen

NIM = Nationale Investeringsmaatschappij

NIS = Nationaal Instituut van de Statistiek

NMCT = Nationale Maatschappij voor de herstructurering van de Confectie en Textiel

R&D = Research and Development

SKC = Schone Kleren campagne

TAP = Technologische attractiepolen

TIS = technologische innovatiestimulering

TRIP- agreement = Agreement on Trade Related International Patterns

VEV = Vlaams Economisch Verbond

WTO = World Trade Organisation

INLEIDING

De Belgische mode komt de laatste jaren meer en meer op het voorplan. In dit eindwerk wordt gekeken in welke mate die mode nog Belgisch kan genoemd worden. Terwijl ons land zich verder toelegt op technisch textiel, trekt de confectiesector steeds verder weg. In de economische literatuur vindt men over deze fenomenen echter weinig terug. De bedoeling van dit eindwerk is dan ook om de mode, met haar textiel- en confectiesector, in de economie te brengen. Er is ook aandacht voor de plaats van de Belgische mode in een ruimere, internationale context. Door de specificiteit van dit onderwerp was het aangewezen om de specialistische kennis bij de mensen op het terrein te gaan halen. Voor dit eindwerk werden daarom een aantal interviews afgenomen. Vooreerst een interview met Dhr. Fa Quix, directeur generaal van Febeltex. Deze gaf een uitgebreide uiteenzetting van de situatie in de Belgische textielsector. Een tweede interview werd afgenomen van Dhr. Erik Huygens, directeur van het confectiebedrijf RENEW, hij gaf een beeld van de omstandigheden waarin onze Belgische confectioneurs moeten werken en overleven. Ook Dhr. Didier Van de Weghe werd geraadpleegd, hij deed zijn verhaal over de delocalisatie van zijn confectiebedrijf naar Roemenië. Een vierde interview werd afgenomen met Dhr. Bart Saelen, hij staat aan het hoofd van het Belgische kledingmerk Caroline Biss. Dit bedrijf werd als case uitgewerkt en gepolst aan de theoretische aspecten van dit eindwerk. Ook E5-mode en Van de Velde, twee andere Belgische toppers, werden in een case besproken. De cases zijn geen volledige analyse van de ondernemingen, maar brengen die thema's aan die relevant waren voor dit eindwerk.

In het eerste deel van dit werk wordt een kort beeld gegeven van de geschiedenis van de textiel- en confectiesector. Nadien wordt een cijfermatig beeld gegeven van de huidige toestand van deze sectoren, hierbij ligt de nadruk op tewerkstelling, toegevoegde waarde en binnen- en buitenlandse handel. Ook de belangrijkste spelers in elk segment komen in beeld.

In het tweede deel komt de problematiek en dynamiek aan bod. We bekijken in het eerste hoofdstuk de gelijkenissen tussen de loop van de conjunctuur en de loop van de omzet en productie in de textiel- en kledingsector. In hoofdstuk twee wordt de concurrentiepositie van ons land gegeven aan de hand van een vergelijking van onze loonkosten ten opzichte van de loonkosten in andere landen. Het derde hoofdstuk wordt volledig aan het fenomeen van delocalisatie gewijd. De verschillende vormen en motieven van delocalisatie worden gegeven. In de loop van de jaren zagen we ook verschillende delocalisatiegolven. Tenslotte staan we stil bij de gevolgen van deze delocalisering voor ons land. Hoofdstuk vier gaat over de rol van

de overheid. We geven een kort historisch overzicht van het overheidsinstrumentarium. Ook de huidige beloften en inspanningen van de overheden worden geëvalueerd. De Belgische kledingcollecties kregen de laatste tien jaar een steeds grotere internationale bekendheid. Dit was voor een deel te wijten aan de ontwerpers die in de jaren tachtig afstuderen in Antwerpen. In de tweede helft van de jaren negentig werd de Modenatie opgericht in Antwerpen, mede dankzij de financiering door verschillende overheden en Fortis zorgt deze Modenatie voor de ondersteuning van nieuw en oud ontwerpertalent. Vanuit al deze hoofdstukken kunnen we een aantal conclusies voor verder onderzoek naar voor schuiven, welke we in het algemeen besluit zullen stellen.

DEEL 1: VOORSTELLING VAN DE BELGISCHE TEXTIEL - EN CONFECTIESECTOR

Hoofdstuk 1: Geschiedenis van de Belgische textiel- en confectiesector

1.1 Tot 1990

Vooreerst wordt een kort historisch overzicht gegeven van de textiel- en confectiegeschiedenis in ons land. De lakennijverheid bloeide open in onze streken. Verviers, Kortrijk en Oudenaarde waren toen al dé regio's bij uitstek. De meeste bedrijven hadden al een familiale structuur welke vandaag nog steeds kenmerkend is voor de sector. De technische ontwikkelingen van de spinmolens en weefgetouwen zorgden voor grote vooruitgang.

“De drie grote Vlaamse steden Gent, Brugge en Ieper kenden reeds vanaf de 11^{de} eeuw een bloeiende lakennijverheid. Omstreeks 1300 kregen ook kleinere steden zoals Kortrijk, Wervik, en ook Eeklo de ruimte om hun eigen lakennijverheid uit te bouwen”. Toen al speelden lagere lonen en minder strenger reglementeringen een rol in dit proces. “Over de organisatie en productie van de lakennijverheid vinden we pas in 1357 de eerste aanwijzingen (DE COCKER F., 2003, blz. 9)”.

“Vanaf de 2^{de} helft van de 15^{de} eeuw en vooral in de 16^{de} eeuw zou het linnen de plaats van de wollen lakens innemen. De linnennijverheid zou zich tijdens de late middeleeuwen in hoofdzaak op het platteland ontwikkelen. De rol van de steden beperkte zich grotendeels tot de afwerking en de centralisatie van de verkoop van linnen”. Steden zoals Kortrijk, Tielt, Oudenaarde en Eeklo ontwikkelden zich als regionaal linnencentrum. “Vanaf 1580 zet door de godsdienststroevelen een fase van verval in, die de linnennijverheid van de kaart veegt (DE COCKER F., 2003, blz. 11-12)”.

In de periode vanaf 1794 waren de Gentse katoennijverheid en de wolverwerking rond Verviers toonaangevend voor de textielsector. “Na 1800 volgde de oprichting van tal van mechanische spinnerijen en weverijen, aangedreven met stoomkracht en uitgerust met mule-jennies (spinmolens) en power-looms (weefgetouwen). Bekende namen hierbij zijn Lieven Bauwens en de gebroeders Lousbergs. In Verviers speelde William Cockerill, een Engelse werktuigkundige, een cruciale rol in de mechanisering van de wolsector. Rond 1850 was er

de uitbouw van het bank- en kredietwezen en de verkeersinfrastructuur, deze factoren waren van cruciaal belang voor de ontwikkeling van de Belgische Economie (DE COCKER F., 2003, blz. 19, 20, 53)”.

“Rond het midden van de 19^{de} eeuw werd in ons land de eerste fase van de ‘industriële revolutie’ afgesloten. De Belgische textielnijverheid herstelde zich van de crisis van de jaren 40 en kon tussen 1850 en 1870 profiteren van de algemene groei van de Belgische en internationale economie (DE COCKER F., 2003, blz. 94)”.

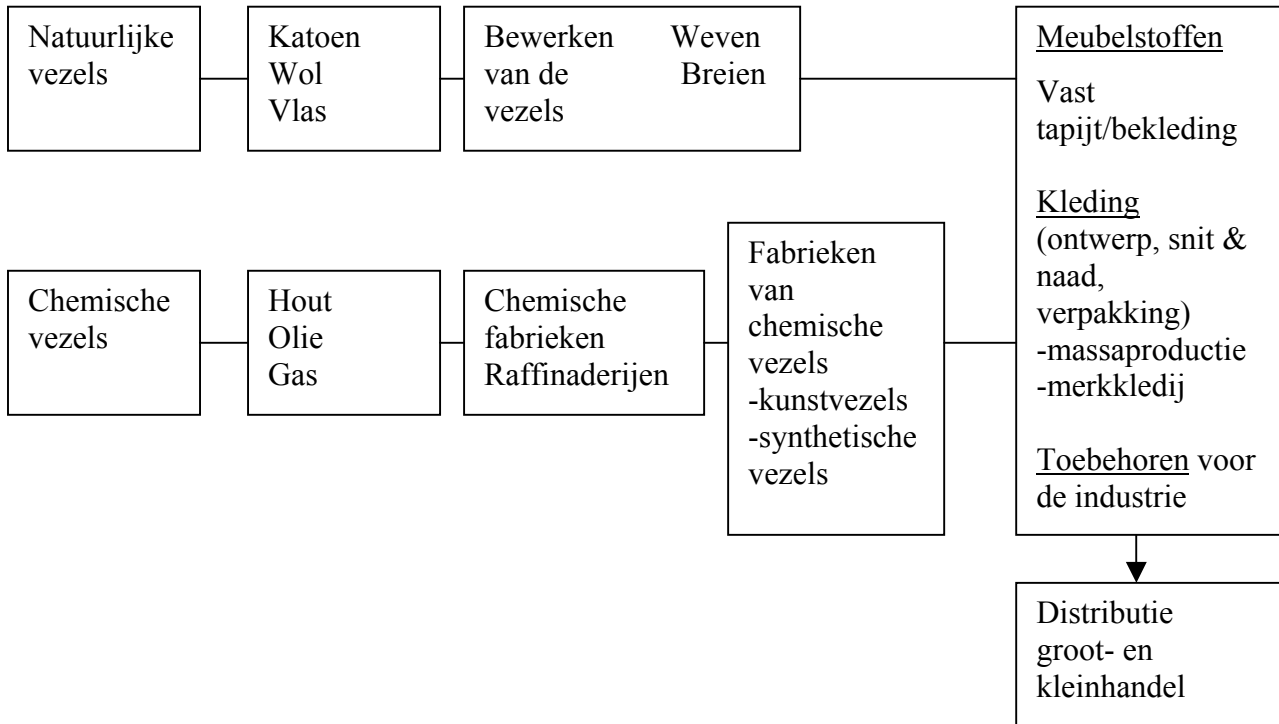
“Door de eerste wereldoorlog duurde het tijdens het interbellum een tijd vooraleer de productie opnieuw was opgestart. In veel bedrijven was het machinepark ontmanteld of vernield door de bezetters. In Oost-Vlaanderen bleef Gent het absolute centrum van de textiel. De meeste spinnerijen bleven in Gent, heel wat weverijen weken uit naar West-Vlaanderen. De familiale structuur van de meeste bedrijven maakte hen financieel onafhankelijk waardoor de sector minder hard getroffen werd door de toenmalige crisis (DE COCKER F., 2003, blz. 187).

“In de periode 1945-1980 bestond de confectie- of kledingindustrie uit een groot aantal sectoren, met als voornaamste de heren- en damesbovenkleding, overhemden en loonconfectie. Daarnaast werd de bedrijfstak gekenmerkt door veel (familiale) bedrijven met een klein tot zeer klein personeelsbestand en weinig stafspecialisten. Er was vaak een geringe kennis van moderne methoden voor de industriële bedrijfsvoering (Een geschiedenis ..., 1993, blz. 44)”.

1.2 Schematisch overzicht van de textiel naar de mode

In de onderstaande figuren krijgen we een schematisch overzicht van vezel tot kledingstuk doorheen de textiel- en kledingsector. We kunnen duidelijk het proces volgen dat een product moet doorlopen vooraleer het in de winkelrekken terecht komt. Vooreerst is er de textielindustrie. Hier begint men met het spinnen van draden uit vezels. Deze vezels kunnen zowel van natuurlijke oorsprong zijn (katoen, wol, zijde, vlas) of chemische oorsprong (nylon, acryl, vinyl) zijn. In een tweede stadium worden de draden tot stoffen geweven of gebreed. Nadien volgt meestal nog een omvormingsstadium waarin de stoffen geverfd of gebleekt worden. Nu zijn de stoffen klaar voor verwerking en komen ze terecht bij producenten van kleding of interieurtextiel, ze kunnen ook gebruikt worden voor een andere toepassing zoals de auto-industrie. Wanneer de kledingstukken klaar zijn koopt een groothandelaar ze op. Deze laatste kan de kleding op verschillende manieren distribueren. Via

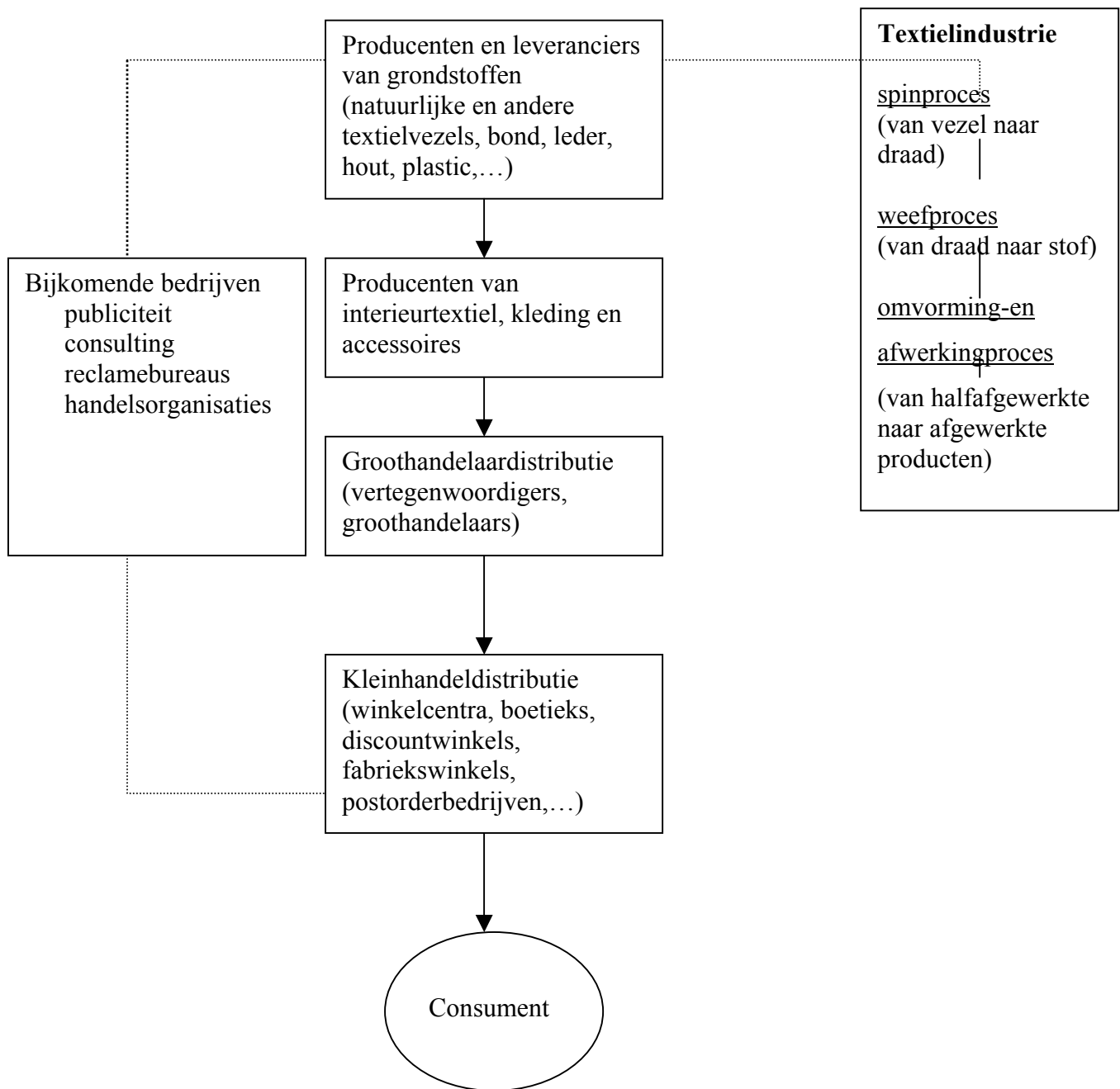
kleinhandelaars, in outletstores, via posterorderbedrijven,... Door publiciteit en mediacampagnes wordt er voor de producten promotie gemaakt en zo komt de kleding uiteindelijk bij de consument terecht.



figuur 1: De textielketen

bron: Crabbé C., De mode uit de doeken, blz. 8

In onderstaande figuur kunnen we duidelijk zien dat er meer komt bij kijken dan enkel de productie van stoffen en kleding. De sector is verweven met allerlei nevenbedrijven die zich bezighouden met randactiviteiten zoals daar zijn reclamebureaus voor de publiciteitscampagnes, handelsorganisaties voor de internationale handel. Op de figuur wordt geen vermelding gemaakt van bedrijven gespecialiseerd in textieltransport, machineproducenten, toeleveranciers van kleurstoffen,..., maar ook zij behoren tot deze 'cluster'. Het wordt dus al duidelijk dat de teloorgang van deze sector een hele pak bedrijven zou treffen.



figuur 2: Bedrijfskolom van de textiel naar de mode.

bron : EASTERLING C.R., JERNIGAN M.H.

Hoofdstuk 2: Voorstelling van de Belgische textielsector

Het is belangrijk dat we een duidelijk onderscheid maken tussen textiel en confectie. Textiel met haar processen van spinnen en weven is enorm kapitaalintensief en zeer productief. Confectie blijft door het stikken van herenkostuums en damesjurken heel arbeidsintensief. Een tweede verschilpunt is de mate van automatisatie. Confectie is niet geautomatiseerd, textiel daarentegen is sterk geautomatiseerd en automatiseerbaar. Het is een feit dat men bij confectie voor elk proces nog veel arbeidskrachten nodig heeft en in textiel een volautomatische weefzaal door één wever onder controle kan worden gehouden. Textiel kan dus een veel hogere productiviteitsontwikkeling uitbouwen dan confectie. Een derde belangrijk onderscheid is de bedrijfsstrategie. Confectie delocaliseert en textiel niet. Textiel zal zich uitbreiden via overnames in eigen land en buitenland (gesprek met de heer Quix F., 24 februari 2004, Brussel).

2.1 Definiëring van de sector

Volgens het Belgisch Staatsblad is Textiel “de activiteit die bestaat uit het industrieel verwerken van natuurlijke en andere textielwaren in de verschillende stadia van hun omvormingsproces, of de productie van alle vezels en garens, andere dan natuurlijke, voor textielgebruik (Belgisch Staatsblad, 1975)”.

KERNCIJFERS	
Productie	105,9 (bruto-index 1995 = 100) *
Omzet	6,5 miljard EUR*
Exportaandeel	70 %
Handelssaldo	Surplus 3,2 miljard EUR (surplus: 2,7 miljard EUR confectie incl. *)
Investerings	240 miljoen EUR*
Toegevoegde Waarde	1,9 miljard EUR (werkelijke prijzen 2001)
Tewerkstelling	40 000 werknemers (30/06/2002)
Ondernemingen	1200 bedrijfsvestigingen (30/06/2002)
KMO	85 % van de bedrijfsinvesteringen (<50 werknemers)
Netto-rendabiliteit EV	3,9 % (2001)*

tabel 1: Kerncijfers van de textielsector (*schatting op jaarbasis)

bron: FEBELTEX

België staat vandaag nog steeds bekend als een textielland. De textielsector heeft de voorbije jaren nochtans enkele rake klappen gekregen. In de bovenstaande tabel worden de kerncijfers van de textielsector weergegeven. Uit de tabel halen we dat ons land meer dan duizend textielbedrijven telt. Onder deze bedrijven rekenen we niet enkel de grote multinationals, maar ook de talrijke KMO's, al dan niet met familiale structuur, namelijk 85 %. De textielsector blijft een belangrijke werkgever voor ons land, daar er 40 000 mensen in tewerkgesteld worden. Met een exportpercentage van 70 % ligt haar focus sterk op het buitenland.

Wanneer we spreken over de Belgische textielsector dan hebben we het over de productie van kledingstoffen, interieurstoffen en technisch textiel. Ook de sectoren die hieraan toeleveren, de spinnerijen en veredelingsbedrijven, behoren tot de textielsector. In onderstaande tabel vinden we de verdeling van de toegevoegde waarde over de verschillende subsectoren en dit zowel voor België als voor Europa.

VERDELING VAN DE TOEGEVOEGDE WAARDE	BELGIE	EU
TOEPASSINGSSEGMENTEN		
interieurtextiel	40%	20%
kledingtextiel	24%	40%
technisch textiel	24%	20%
TOELEVERINGSSEGMENTEN		
veredeling	8%	10%
spinnerijen	4%	10%
TOTAAL	100%	100%

tabel 2: Verdeling van de toegevoegd waarde

Deze gegevens zijn schattingen; omzichtigheid in gebruik is geboden.

Bron: FEBELTEX

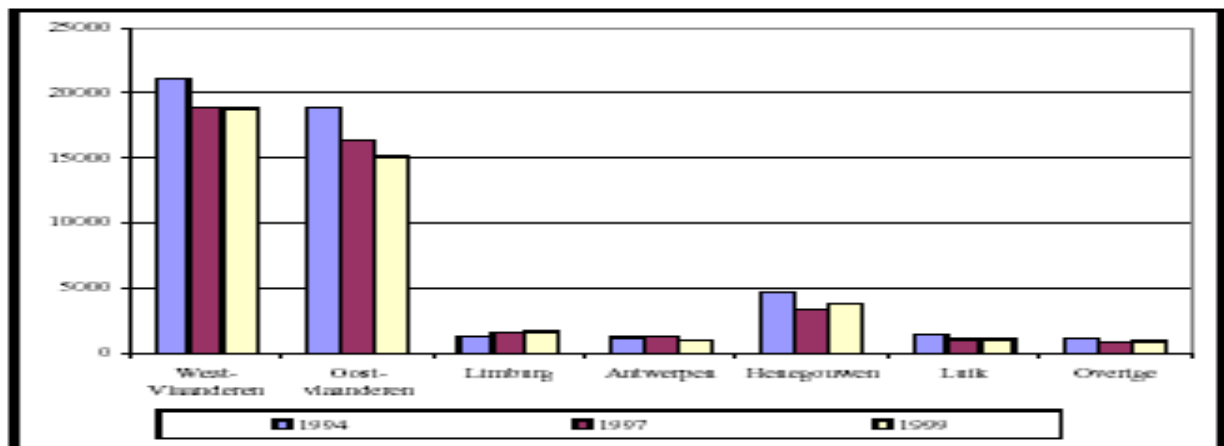
Uit de tabel kunnen we afleiden dat België het relatief goed doet binnen europa wat betreft technisch textiel en vooral interieurtextiel. Inzake kledingtextiel is ons land minder afhankelijk. Kledingtextiel is het meest gevoelig voor goedkope import uit lageloonlanden. (Jaarverslag Febeltex, 2002-2003, p.37)

2.2 Tewerkstelling

De textielsector is sterk exportgericht, waardoor de werkgelegenheid in deze sector enorm gevoelig is voor de internationale conjunctuur (CRB, Sociaal-economische nieuwsbrief, 2000, blz. 31).

“Veertig jaar geleden was de textielsector nog goed voor 90.000 banen in 5.000 bedrijven. Vandaag werken in Vlaanderen nog maar 40.000 mensen in de sector (DEMEESTER W., FET, 13 september 2003)”. De tewerkstelling in de textielsector daalde de laatste jaren sterk. “600 jobs gingen in 2001 voor de bijl, 1.400 in 2002 en voor 2003 nog eens 2.000. Nog even en de sector valt onder de grens van 40.000 (DE WITTE, FET, 10 oktober 2003)”. Desondanks blijft de textielsector een belangrijke werkgever voor ons land.

Uit onderstaande tabel kunnen we duidelijk de verdeling van de werkgelegenheid per provincie waarnemen. Dé textielprovincies bij uitstek zijn Oost- en West-Vlaanderen. Het arrondissement Kortrijk is op zijn eentje goed voor 26 % van de werkgelegenheid in de Belgische textielsector. De laatste 5 jaar is er ook een gunstige evolutie te zien in de Waalse werkgelegenheid. Moeskroen zorgde in twee jaar tijd voor 433 extra jobs in de sector. (CRB, Sociaal-economische nieuwsbrief, 2000, blz. 26).



Bron : RSZ

grafiek 1: Verdeling werkgelegenheid per provincie

bron: RSZ

“Jaarlijks moet de sector op zoek gaan naar zo’n duizend nieuwe werknemers ter vervanging van gepensioneerden. Deze in België vinden is niet altijd evident, de nieuwe werknemers moeten immers aan een aantal voorwaarden voldoen. Men verlangt een juiste opleiding,

voldoende ervaring én de nodige motivatie. Nochtans is de werkloosheid in bepaalde regio's van België (o.a. Oostende en Doornik) groter dan elders in het land. Een oorzaak is de beperkte mobiliteit van de inwoners van deze arrondissementen. Anders gezegd een onvermogen om zich naar bvb. de textielregio's te verplaatsen. In tegenstelling tot dit gegeven trok ons land in 1999 nog 2721 Franse grensarbeiders aan. De redenen hiervoor zijn divers. Ten eerste beschikken veel mensen uit de regio 'Pas de Calais' over het juiste profiel, vroeger was daar namelijk zelf een bloeiende textielsector. Ten tweede zijn de bruto lonen in de Belgische textielsector zo'n 20 % hoger dan deze in Frankrijk. Deze grensarbeiders betalen hun belastingen in Frankrijk waar het tarief lager ligt, wat dus een fiscaal voordeel biedt. Bovendien zijn werkloosheidsuitkeringen in Frankrijk van tijdelijke aard, hierdoor worden de Fransen geprikkeld om vlugger werk te zoeken (gesprek met de heer Quix, 24 februari 2003, Brussel)".

Het netto-bedrijfsresultaat van een onderneming bekomt men door van de toegevoegde waarde die een onderneming gecreëerd heeft, de bedrijfskosten af te trekken. Wanneer we deze bedrijfskosten voor de textielsector meer in detail gaan bekijken zien we dat de personeelskosten het grootste deel voor hun rekening nemen. In 2000 vertegenwoordigden de personeelskosten 70,5 % van de toegevoegde waarde van de textielsector. Een andere belangrijke component zijn de afschrijvingen, deze bedroegen in 2000 16,5 %, anders gezegd een stijging van 3 % t.o.v. het vorige jaar. Een stijging van de afschrijvingen wijst op een toename van de investeringen in de textielsector (INFO Febeltex, nr. 1, 2002, blz. 3).

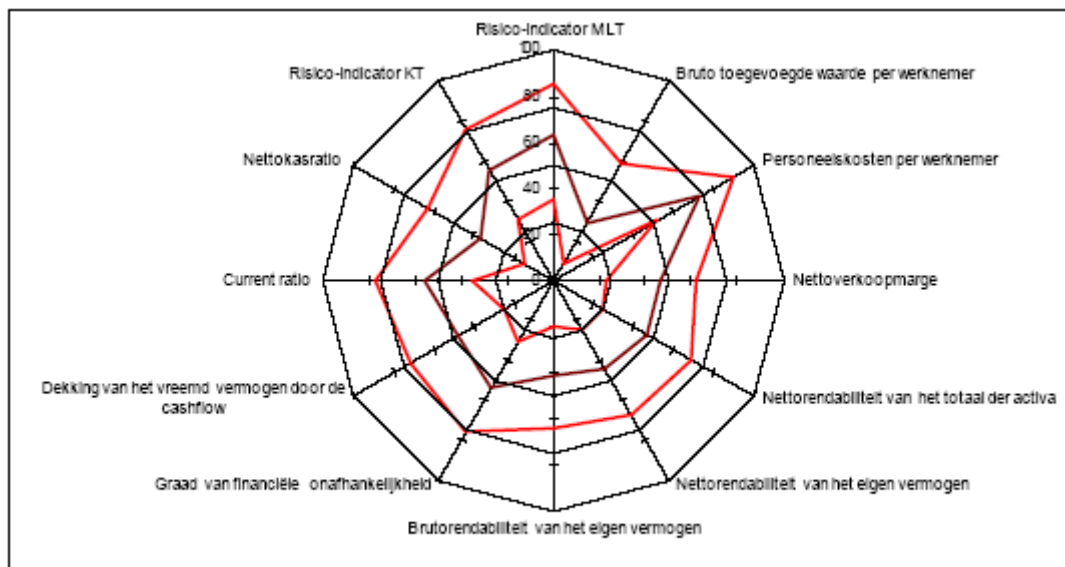
België heeft te kampen met een enorme loonkostenhandicap. Tijdens de CAO-periode van 2001-2002 klom de textielloonkostenhandicap met onze 5 belangrijkste handelspartners (Duitsland, Frankrijk, Nederland, Verenigd Koninkrijk en Italië) van 11,04 % naar 12,65 % (INFO Febeltex, nr. 13, 2003). In het tweede deel van deze thesis wordt de problematiek hieromtrent uitgebreider besproken.

2.3 Toegevoegde waarde van de textielsector

De grafiek toont de positioneringsroos van de sector voor textiel en kleding. Het meest opvallende in de positioneringsroos is de extreem lage bruto toegevoegde waarde per werknemer. Dit wijst op lage productiviteit en concurrentiekracht in de sector van textiel en

kleding. De lage creatie van toegevoegde waarde wordt gecompenseerd met eveneens extreem lage personeelskosten. Deze lage personeelskosten zijn te wijten aan het feit dat vooral laaggeschoolde arbeiders tewerkgesteld worden. We merken op dat ondanks de zwakke prestaties op gebied van rendabiliteit, toegevoegde waarde en nettokasratio, de sector textiel en kleding een lager risico omvat dan dat van de totale Belgische ondernemingen, dit geldt zowel op korte als middellange termijn. De grootste oorzaak van deze lage risico's is de hoge graad van financiële afhankelijkheid van de sector (OOGHE H., BALCAEN S., blz. 86).

Positioneringsroos van de sector textiel en kleding in 2000 (kwartielen)



© Bedrijfsfinanciering (RUG)

grafiek 2: Positioneringsroos van de sector textiel en kleding in 2000

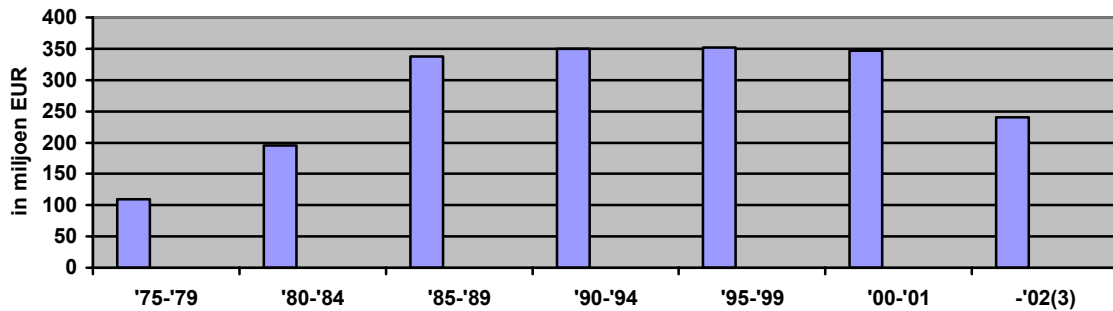
bron: OOGHE H., BALCAEN S., 2001

2.4 Investerings, innovatie en technologie

Wanneer we globaal gezien over de voorbije 30 jaar naar de investeringen kijken, uitgedrukt in totale cijfers, zien we tussen '75 en '85 een stijgende trend. Tussen '85 en '00 bleef het investeringsgedrag ongeveer gelijk. Vanaf de periode 2002 is er een scherpe val te zien.

In 2000 was er dankzij het positieve conjunctuurklimaat een stijging van de investeringen waar te nemen van 13,3 %. Een jaar later was er een terugval van de economische activiteit waardoor de investeringen voor 2001 daalden met 17,4 %. In 2002 volgde nog een sterkere daling van 18,8 %. We kunnen stellen dat het dieptepunt bereikt was, uit de recentste gegevens van 2003 bleek namelijk dat er opnieuw een groei was van de investeringen (CRB, 4 augustus 2003, blz. 15).

INVESTERINGEN IN DE TEXTIELSECTOR



(gemiddeld investeringsbedrag per periode)

(vanaf 1995 Nacebel 17, voorheen Nace 43)

grafiek 3: Investerings in de textielsector

bron: FEBELTEX

Niet enkel investeringen zijn van belang, ook inspanningen ter bevordering van de innovatie en technologie zijn nodig om succesvol te zijn. “In België zijn er heel wat gespecialiseerde instellingen die de textielsector ondersteunen. Opleiding, vorming en samenwerking met universiteiten en hogescholen zijn goed georganiseerd. Het onderzoekscentrum CENTEXBEL biedt adequate ondersteuning op het vlak van R&D (HUYGE C., Febeltex, 2003)”.

“De Belgische textielbedrijven zijn zeer creatief en innovatief en investeren in productvernieuwing en –differentiatie, alsook in procesverbetering en -innovatie. Inzake creatief interieurtextiel staan de Belgische bedrijven op gelijke voet met de Italianen. De bedrijven actief in technisch textiel, hebben veel knowhow in huis (HUYGE C., Febeltex, 2003)”.

Innoveren is een verdedigingsmechanisme tegen economische recessie en een middel om nieuwe horizons te openen. CENTEXBEL (het Wetenschappelijk en Technisch Centrum van de Belgische Textielnijverheid) helpt de bedrijven mee in deze richting van denken over innovatie. In 2002 lanceerde CENTEXBEL een aantal nieuwe initiatieven:

TIS = Technologische innovatiestimulering

Een eerste kennismaking met verschillende nieuwe technieken en technologieën. Op 1 januari 2003 ging men van start met projecten in verband met digitaal printen, coaten, het water- en energie- verbruik bij veredeling,...

TAP = Technologische attractiepolen

Het doel hiervan is dat de kennis verlegd wordt in het meest geavanceerde segment. Door een nauwe samenwerking met de ICT-sector vindt men nieuwe niches voor textielproducten.

KMO-segment

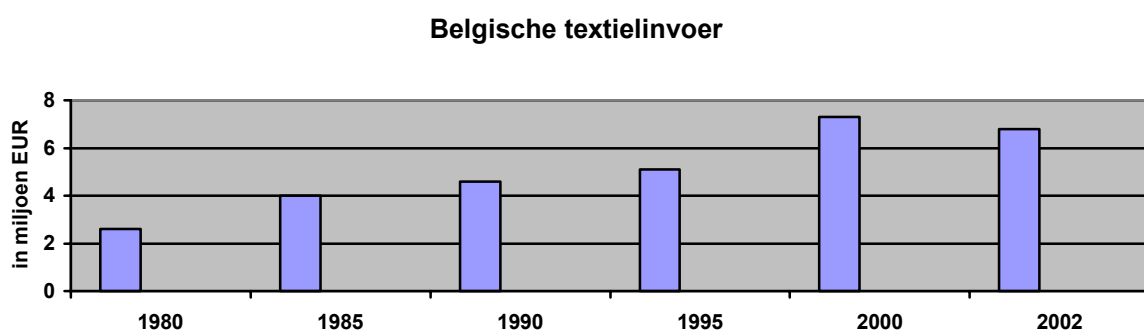
Meer en meer bilaterale innovatiestudies en –projecten worden opgezet. Dit zorgt voor individuele begeleiding van de innovatie in deze groep van KMO-bedrijven.

“Continue innovatie en het beschikken over specifieke technologische kennis en vaardigheden zijn in de internationale competitie een onmisbaar comparatief voordeel voor de Europese en dus ook de Belgische textielbedrijven (Jaarverslag, Febeltex 2002-2003, blz. 29)”.

2.5 Import en export

IMPORT

Onderstaande grafiek toont de evolutie van Belgische textielinvoer. Van '80 tot 2000 was er een stijgende lijn waar te nemen. In '80 importeerde men amper voor 2,6 miljoen euro, in '90 was dat al gestegen tot 4,6 miljoen euro, in 2000 tenslotte voerde men voor 7,3 miljoen euro in. In 2002 kende een lichte daling, er werd nog voor een totaal van 6,8 miljoen euro geïmporteerd.



grafiek 4: Belgische textielinvoer

bron: cijfers FEBELTEX, eigen opmaak

De invoer steeg in 2000 nog met 11,9 %. In 2001 was er een daling van 0,6 %. In 2002 zette die dalende trend door met 2,9 %. Buiten de landen van de EU gerekend, komt het omvangrijkste deel van onze invoer uit China (CRB, 4 augustus 2003, blz. 17).

“Het grootste probleem met China is dat ze niet marktconform is. Haar prijzen zijn te laag, dit is mogelijk door onder andere de overheidssubsidies en de vele staatsbedrijven. Vaak komt hun verkoopprijs overeen met de prijs die men in België enkel al voor de grondstoffen moet betalen. Bovendien produceren wij hier een middengamma en China een lager gamma, maar dat lager gamma wordt soms geüpgrade waardoor China in ons vaarwater komt. De kwaliteitsverschillen tussen beide gebieden mogen dus niet te strak bekeken worden (gesprek met de heer Quix, 24 februari 2004, Brussel)”.

EXPORT

De exportresultaten geven een positieve toon temidden van het sombere conjunctuurbeeld van de laatste jaren. Voor 2001 en 2002 was er een groei in de uitvoer van respectievelijk 1,5 % en 1,0 %. Het feit dat er toch nog een groei waar te nemen was, was voornamelijk het gevolg van een sterke stijging van de uitvoer van technisch textiel. Geografisch situeert de uitvoer zich voor 78 % binnen de EU. Deze Europese uitvoer bleef stabiel (CRB, 4 augustus 2003, blz. 26).

“De PAN-EUROPESE zone heeft een belangrijke functie als Europese vrijhandelszone. Textiel dat bijvoorbeeld in België geproduceerd wordt, wordt dan voor confectie uitgevoerd naar een ander land uit deze zone waar de loonkost lager ligt (o.a. Tunesië, Turkije, Roemenië, Bulgarije), nadien wordt het eventueel terug naar ons land gebracht voor distributie. Dankzij de lage lonen voor de confectie worden de hoge kosten van de textielproductie gecompenseerd en worden de finale producten toch nog aan een redelijke prijs aangeboden. Zolang de textiel en confectie binnen deze PAN-EUROPESE zone blijven is er een voordeel. België kan immers haar textiel blijven leveren. Bij verhuis van de confectie naar Azië zou dit een stuk moeilijker liggen (gesprek met de heer Quix, 24 februari 2004, Brussel)”.

Voor Oost – en Centraal Europa werd een vooruitgang geboekt. Uitvoer naar Noord-Amerika daalde door de gevolgen van 11 september in 2001 met 11,6 %. Positief was de daaropvolgende stijging in 2002 van 10 % (CRB, 4 augustus 2003, blz. 18).

2.6 De belangrijkste spelers op de markt

In de onderstaande tabel vinden we een lijst van de 20 grootste textielbedrijven van ons land, er werd getracht de bedrijven die kledingtextiel maken zo goed mogelijk uit de globale

textielsector te halen. Daarvoor werden voor het opstellen van de tabel enkel de NACE codes 172,176 en 177 ingevoerd. De bedrijven zijn gerangschikt volgens toegevoegde waarde.

Bovenaan vinden we Texaline-UCO-Sportswear, deze onderneming die vooral gespecialiseerd is in katoen, meer bepaald in de vervaardiging van denim, behaalde in 2002 een toegevoegde waarde van 47 831 dzEURO. Op de tweede en derde plaats staan respectievelijk Bekaert textiles en Utextbel. Concordia op de vijfde plaats is gespecialiseerd in synthetische stoffen. “ Libeco-Lagae is een belangrijke producent van vlas, linnen., net als De Deerlijkse en Flips & Dobbels, al komen deze laatste twee niet in de tabel voor. De Poortere is dan weer een bedrijf met maximum 60 à 70 werknemers waar de hoge loonkosten voor moeilijkheden kunnen zorgen (gesprek met de heer Quix, 24 februari 2004, Brussel)”.

	Naam	Gemeente	OMZET (dzEURO)	TW (dzEURO)
1	TEXALINE-UCO-SPORTSWEAR	GENT	115403	47831
2	BEKAERT TEXTILES	WAREGEM	103821	40769
3	UTEXBEL	RONSE	98885	37057
4	SANTENS	OUDENAARDE	64987	31703
5	CONCORDIA TEXTILES	WAREGEM	77366	25629
6	MOLNLYCKE HEALTH CARE	WAREMME	91996	21724
7	ETABLISSEMENTS DEPOORTERE FRERES	MOUSCRON	55661	20734
8	TEXTILES DE WITTE-LIETAER-TEXTIEL DE WITTE-LIETAER	MENEN	84949	19742
9	BONAR TECHNICAL FABRICS	ZELE	48548	18838
10	DESLEE TEXTILES	ZONNEBEKE	53197	15093
11	MILLIKEN EUROPE	GENT	69215	14986
12	MONKS INTERNATIONAL	WIELSBEKE	40297	14171
13	FABELTA NINOVE	NINOVE	26503	11435
14	TER MOLST INTERNATIONAL	OOSTROZEBEKE	28551	11398
15	WEVERIJ JULES CLARYSSE	PITTEM	42133	11091
16	BEKAERT DECORATION TEXTILES	WAREGEM	29504	10975
17	LIBECO - LAGAE	MEULEBEKE	35505	10616
18	SEYNTEX	TIELT	60932	9767
19	RAGOLLE	WAREGEM	71082	9301
20	IDEAL FIBRES & FABRICS KOMEN	COMINES	44382	8807

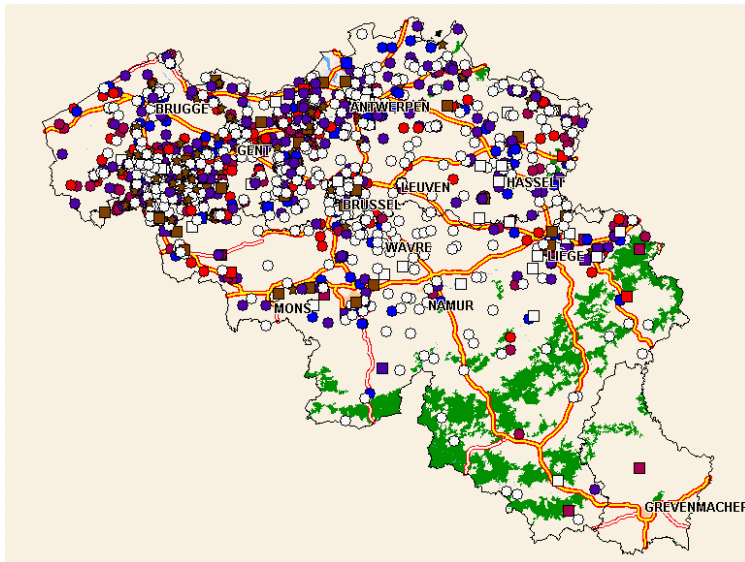
tabel 3: Belangrijkste spelers op de markt

(laatst gekende gegevens, 2002)(eigen opmaak)

bron: BELFIRST

2.7 Geografische situering

Bepaalde economische activiteiten zijn extra succesvol in bepaalde subregio's. Dit is voor de textielsector in ons land niet anders. De E-17 tussen Kortrijk en Gent wordt niet voor niets de “tapijtautostrade” genoemd. Voor Wallonië noemt men spontaan Moeskroen als dé textielhoofdstad (Jaarverslag 2002-2003, Febeltex, blz. 31).



figuur 3: Geografische verdeling van de textielbedrijven in België (eigen opmaak)
bron: BELFIRST

Bovenstaande kaart geeft een goed beeld van de geografische situering van de textielbedrijven in België. Met textielbedrijven bedoelt men hier alle bedrijven die onder de NACE-BEL code “17” vallen, namelijk “vervaardiging van textiel”, dit komt neer op een totaal van 2428 ondernemingen. Wat duidelijk opvalt is de sterke concentratie in West –en Oost Vlaanderen. Er ligt een lint van Kortrijk over Gent naar Sint-Niklaas, bezaait met textielbedrijven.

Omdat een sterke concentratie aan bedrijven uit dezelfde sector zich in een zelfde regio zouden vestigen moeten er een aantal voorwaarden vervuld worden. Ten eerste moet er voldoende specifieke knowhow aanwezig zijn. Een sterke presentie van ondernemers en ondernemerschap is ook essentieel. Ten derde is het noodzakelijk dat er rond de bedrijven een uitgebreid net van toeleveranciers is (Jaarverslag 2002-2003, Febeltex, blz. 31).

“De grote concentratie aan textielbedrijven in de regio tussen Waregem, Gent en Sint-Niklaas vormt een cluster. Niet alleen textielproducenten, maar ook bedrijven gespecialiseerd in textieltransport, banken en verzekeringen, douanespecialisten, machineproducenten en toeleveranciers van chemicaliën en kleurstoffen zijn in de buurt gelegen. In Waregem, Kortrijk en Gent zijn nog scholen te vinden die specifieke opleiding geven. In deze regio wonen bovendien potentiële werknemers die over de juiste ervaring, opleiding en motivatie beschikken. Deze cluster is opgebouwd uit sterke bedrijven, wat noodzakelijk is, want het wegvallen van één enkele schakel kan immers een domino effect veroorzaken met nefaste gevolgen voor de hele sector (gesprek met de heer Quix, 24 februari 2004, Brussel)”.

Hoofdstuk 3: Voorstelling van de Belgische kledingsector

3.1 Definiëring van de sector

Volgens de bevoegdheid van het paritair comité nr. 109 wordt de kleding- en confectiesector als volgt omschreven. De kleding- en confectiesector groepeert onder meer de ondernemingen met als hoofdactiviteit:

- confectie en vervaardiging van boven- en/of onderkleding voor vrouwen, mannen, meisjes en jongens
- vervaardiging van lingerie
- confectie en vervaardiging van huishoudlinnen en opgevulde stukken
- confectie van hoofddeksels, stoffen, dassen en handschoenen

in de opsomming vinden we ook minder evidente artikelen zoals parasols, speelgoed van stof, confectie van vlaggen, tenten, gordijnen en pruiken (intern document CREAMODA, deel 1, 2003).

KERNCIJFERS	
Omzet	Kleding 2,1 miljard EUR
Exportaandeel	70 à 75 %
Investerings	28 miljoen EUR
Toegevoegde waarde	534,3 miljoen EUR
Tewerkstelling	+/- 17000
KMO-sector	94 % KMO (< 50 werknemers)
Arbeidsintensiteit	Aandeel loonkost in TW = 56 % (geg. 2001) 74 % voor KMO's

tabel 4: kerncijfers kledingsector (2002)

bron: CREAMODA

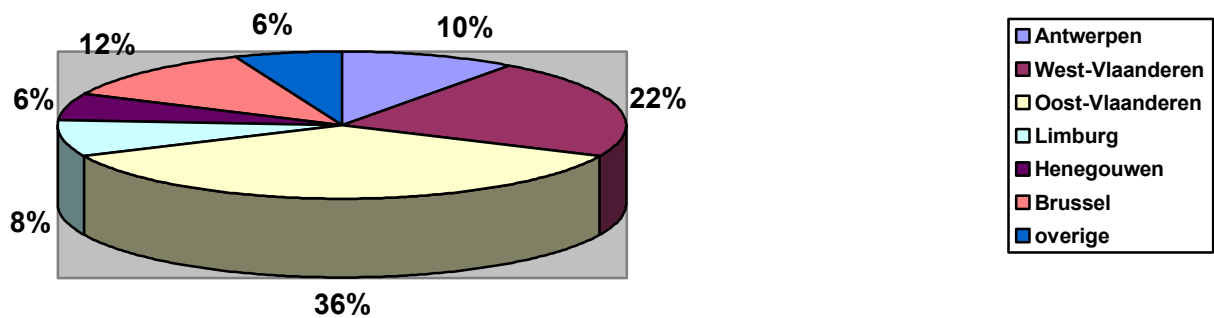
De Belgische kledingsector haalde in 2002 een jaarlijkse omzet van 2,1 miljard euro. Dat de sector slechts uit enkele multinationals bestaat wijst op de 94 % KMO's die aanwezig zijn. Jaarlijks wordt een toegevoegde waarde van 534,3 miljoen euro gerealiseerd. Om en bij de 17 000 werknemers worden in deze sector tewerkgesteld. Ook hier nemen de personeelskosten

het belangrijkste deel voor hun rekening. Deze loonkostenproblematiek wordt in het tweede deel van deze thesis uitgebreid besproken.

3.2 Tewerkstelling

De kledingsector wordt sterk beïnvloed door structurele factoren, vooral de concurrentie van de lageloonlanden en de daaruit voortvloeiende sterke drang tot delocalisatie spelen de sector parten. In 1973 had de sector nog zo'n 80 000 werknemers, nadien werd dit cijfer elk decennia gehalveerd. (CRB, Sociaal-economische nieuwsbrief, 2000, blz. 27).

Geografisch ligt de kern van de activiteiten ook hier in Oost- en West-Vlaanderen. Oost-Vlaanderen leidt met 36 % van de werkgelegenheid in de kledingsector, op de tweede plaats volgt West-Vlaanderen met 22 %. De laatste jaren is er bovendien een sterke stijging voor de Brusselse regio (CRB, Sociaal-economische nieuwsbrief, 2000, blz. 28).



grafiek 5: Geografische verdeling van de kledingsector

bron: RSZ

Door de groeiende invoer uit lageloonlanden en de toenemende delocalisatie naar deze landen daalt de werkgelegenheid onvermijdelijk mee. In 2002 waren er 11 % minder arbeid(st)ers in de kledingsector (excl. Confectie van autozetels) dan het voorgaande jaar. Wat bovendien opvalt is dat het aantal bedienden in dezelfde periode praktisch ongewijzigd blijft. Dit wijst erop dat, ondanks de delocalisatie, een aantal functies voor en na het eigenlijke productieproces, in België behouden blijven (CRB, 4 augustus 2003, blz. 28).

Het delocaliseringsvraagstuk wordt uitgebreider behandeld in het tweede deel van dit eindwerk.

3.3 Toegevoegde waarde

De gemiddelde toegevoegde waarde per werknemer komt op 50 225 euro, voor KMO's komt dit zelf op 25 882 euro. Het aandeel van de loonkosten in deze toegevoegde waarde is 55,5 % oplopend tot 74 % in KMO's (intern document CREAMODA, deel 1).

Vergelijking met andere sectoren

Toegevoegde waarde/personeelslid in €				
	1999	2000	2001	2001/PME
Kleding en bont	38.809	44.128	50.225	25.882
Hout en meubel	45.668	49.484	51.057	42.967
Textiel	46.966	49.065	48.815	40.247
Metaalverwerkende nijverheid	62.030	66.214	62.183	48.476
Voeding	67.003	68.294	71.128	42.489
Papier, drukkerijen en uitgeverijen	68.468	70.457	69.515	57.282
Non-ferro	78.750	98.546	90.230	53.981
Chemische industrie	120.118	131.780	133.317	57.996

Bron : Balanscentrale NBB



tabel 5: Vergelijking van de toegevoegde waarde per werknemer in de verschillende sectoren

bron: Balanscentrale NBB

We zien dat de toegevoegde waarde van kleding en bont opmerkelijk lager ligt dan die in andere sectoren. De hoogste toegevoegde waarde vinden we terug in de chemische industrie. Het valt op dat de toegevoegde waarde van kleding en bont slechts een derde van bedraagt van deze in de sector met de hoogste toegevoegde waarde.

3.4 Investerings, innovatie en technologie

In de kledingsector was er door de goede conjunctuur van 2001 een stijging van de investeringen met 10,3 %. Dit stond gelijk aan een investeringsbedrag van 32,2 miljoen euro. 2002 kende een terugval in de conjunctuur waardoor de investeringen met 17 % daalden (CRB, 4 augustus 2003, blz. 22).

De investeringsenquête van de Nationale Bank toont voor 2003 een daling van de investeringen met 34 %. De investeringen in 2003 zijn voor 80 % vervangingsinvesteringen. (CRB, 4 augustus 2003, blz. 23).

Op 15 oktober 2002 organiseerde de Europese Commissie in samenwerking met Euratex een conferentie te Brussel. De conferentie had tot doel het gebruik van informatietechnologie nuttig te implementeren in de Europese kledingsector. Bovendien wil men de Europese bedrijven tonen dat ze hun competitief voordeel kunnen vergroten door zich te concentreren op activiteiten met een hoge toegevoegde waarde. Er werd een voorstelling gegeven van innovatieve technologieën en procedures voor de kledingsector (l'industrie de l'hab...).

- 3D scanner voor het lichaam die onmiddellijk de maten neemt
- virtueel passen van kleding
- multifunctionele, hoogtechnologische kleding
- industrialisatie van maatwerk en massaproductie van gepersonaliseerde kleding
- multimedia toepassingen voor de modedistributie
- verkoop via het internet en andere commerciële, elektronische oplossingen voor de sector

3.5 Import en export

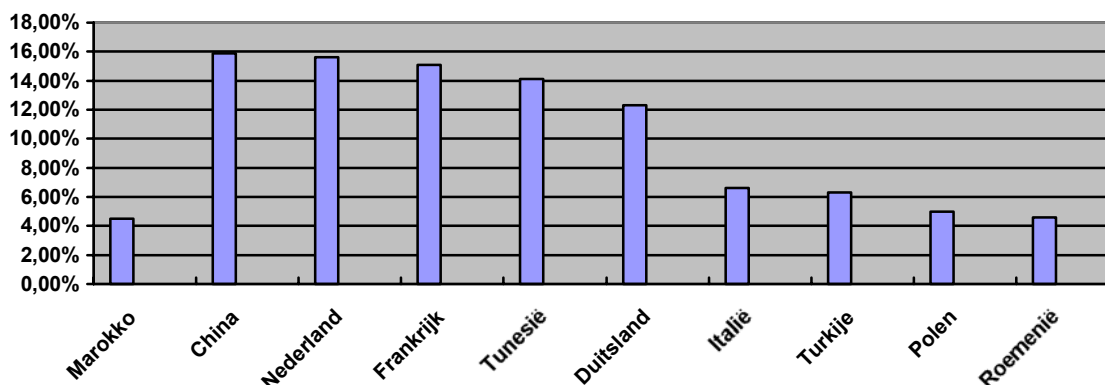
IMPORT

De invoer van kleding afkomstig uit de EU-lidstaten bedraagt 42 % van de totale invoer. De top 5 bestaat uit Nederland, Frankrijk, Duitsland, Italië en Spanje in volgorde van belangrijkheid. De overige import komt uit landen buiten de EU. 46 % van deze extracommunautaire invoer komt uit Zuidoost Azië, met China als absolute koploper (CREAMODA, intern document 2).

De invoer uit China steeg met 34 % en dit ten koste van andere Aziatische landen zoals Bangladesh, India, Indonesië en Thailand. Uit Centraal - en Oost Europa was 3 % meer ingevoerd. Vooral Servië en Macedonië wonnen aan terrein, Litouwen en Tsjechië boetten in (CRB, 4 augustus 2003, blz. 24).

In Noord-Afrika is Tunesië met een uitvoer naar ons land van 226 miljoen euro nog steeds een belangrijke handelspartner (CREAMODA, intern document 2).

Binnen Europa zijn Nederland, Frankrijk, Duitsland en Tunesië onze belangrijkste invoergebieden. Buiten Europa leidt China met 16 % van de totale Belgische invoer. Andere kleinere spelers zijn Marokko, Italië, Turkije, Polen en Roemenië.



grafiek 6: import landen

bron : CRB

We staan even langer stil bij de sterk stijgende invoer uit China. Wanneer we kijken naar onderstaande tabel dan zien we duidelijk het toenemende belang van China als leverancier aan ons land. Vanaf 1 januari 2002 werd China, als nieuw lid van de WTO verplicht haar quota's af te bouwen.

(in waarde)	2001/2000	2002/2001	2003/2002 (9mnd)
Invoertoename algemeen	+ 8,9 %	+ 1 %	+ 1,9 %
Invoertoename China	+ 19 %	+ 35 %	+ 34 %

tabel 6: Invoertoename globaal en vanuit China

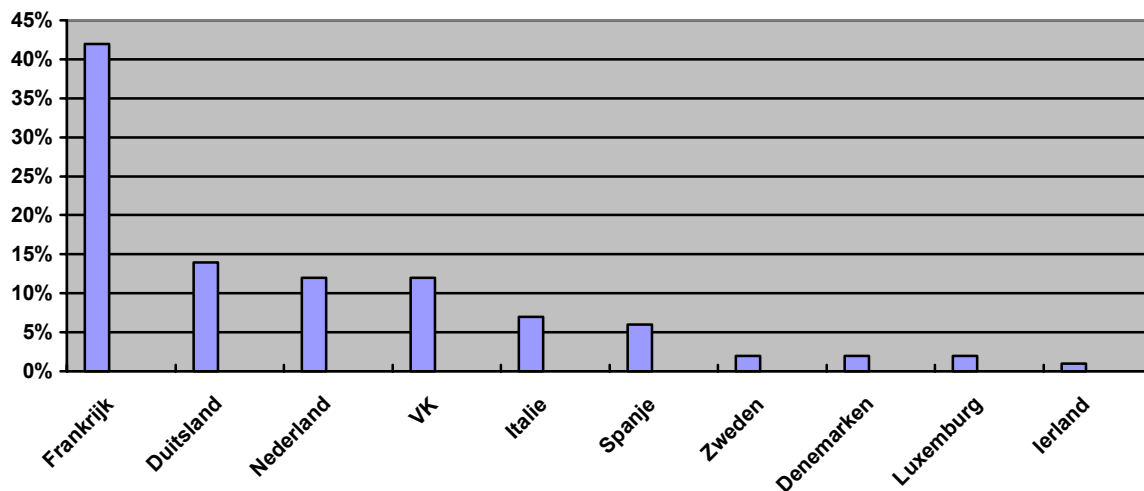
bron: CREAMODA, intern document

EXPORT

Uit de cijfers van de eerste negen maanden van 2003 blijkt dat de uitvoer van kleding binnen de EU 94 % bedraagt van de totale uitvoer van ons land. De uitvoer binnen de EU steeg in deze periode met ongeveer 3 %. Dit is enkel te wijten aan de uitvoer naar Frankrijk. Indien deze uitvoer naar Frankrijk buiten beschouwing zou worden gelaten, zou de uitvoer binnen de

EU zelfs negatief zijn. De eerste negen maanden van 2003 werd voor meer dan 900 miljoen euro naar Frankrijk uitgevoerd. Een deel van deze goederen werd dan vanuit Frankrijk verder doorgevoerd. De uitvoer naar Duitsland, Nederland en het Verenigd Koninkrijk ligt tussen de 220 en 300 miljoen euro (CREAMODA, intern document 2).

Onze grootste afzetmarkt is Frankrijk. Met 42 % neemt Frankrijk het grootste deel van onze kledingproducten af. Op de tweede plaats volgt Duitsland met 14 %, Nederland met 13 % en Verenigd Koninkrijk eveneens met 13 %. Andere kleine spelers zijn Italië, Spanje en Zweden.



bron : CRB

grafiek 7: export landen

Extracommunautaire uitvoer is goed voor de overige 6 % van de totale kledinguitvoer van België. Bovenaan de lijst van landen waarnaar we exporteren staan Centraal en Oost Europa. In totaal werd in de eerste negen maanden van 2003 voor 48 miljoen euro kleding uitgevoerd naar deze regio's. Vooral de uitvoer naar Roemenië groeide sterk. Andere stijgers waren Hongarije en Bulgarije. Een sterke daling werd waargenomen in de uitvoer in de uitvoer naar Polen. In dezelfde periode exporteerde ons land 25 miljoen euro kleding naar Zuidoost Azië. In deze regio won China aan belang. Japan daarentegen voerde minder producten uit ons land in (CREAMODA, intern document 2).

3.6 De belangrijkste spelers op de markt

In de tabel vinden we een rangschikking van de belangrijkste Belgische kledingbedrijven. Ze werden gerangschikt volgens toegevoegde waarde. Bovendien wordt ook hun omzet weergegeven. Op de eerste plaats vinden we de Europese afdeling van jeansfabrikant Levi

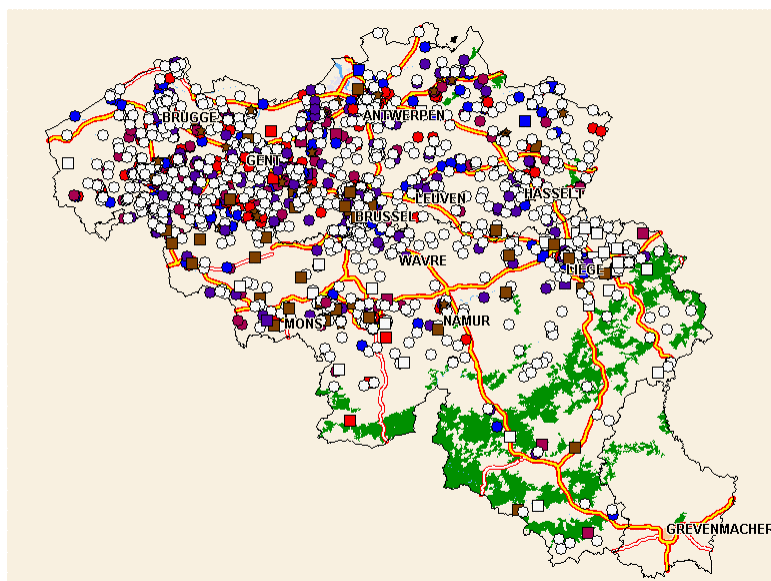
Strauss die in België gelegen is. Op de tweede plaats staat VF Europe, deze onderneming heeft een toegevoegde waarde die onmiddellijk een stuk lager ligt dan die van Levi Strauss. Op drie staat de linteriefabrikant Van de Velde, van het linteriemark Marie Jo. Op vijf vinden we Sioen Coating terug, deze onderneming is vooral gespecialiseerd in technisch textiel en kleding.

	Naam	Gemeente	Omzet dzEUR	TW
1	LEVI STRAUSS EN CO EUROPE	IXELLES-ELSENE	776978	146883
2	VF EUROPE	SINT-NIKLAAS	603743	93757
3	VAN DE VELDE	WICHELEN	91759	34275
4	DESLEE TEXTILES	ZONNEBEKE	53197	15093
5	SIOEN COATING	ARDOOIE	100144	14331
6	PREMAMAN	SCHAERBEEK/SCHAARBEEK	62955	12575
7	BECTON DICKINSON BENELUX	AALST	43786	11806
8	SEYNTEX	TIELT	60932	9767
9	ANDRES	DESTELBERGEN	27588	7983
10	ALSICO	RONSE	28831	6156
11	VERCATEX	WAREGEM	45948	5885
12	ETABLISSEMENTEN VAN MOER	HULSHOUT	23837	5309
13	MAYERLINE	ST-GILLES/ST-GILLIS	17354	4698
14	VIJVERMAN	HAALTERT	44531	4441
15	BLUE PRODUCTION	ANDERLECHT	42835	4238
16	AMBIANCE BELGIUM	BILZEN	7790	3943
17	SCOVILL FASTENERS EUROPE	BRAINE-LE-COMTE	7394	3520
18	ECG	POPERINGE	21173	3457
19	BESCHERMEDE WERKPLAATS ZOTTEGEM	ZOTTEGEM	2342	3403
20	MERCATEX	SINT-NIKLAAS		3334

tabel 7: belangrijkste kledingproducenten

bron: BELFIRST

3.7 Geografische ligging



figuur 4: Geografische verdeling van de kledingbedrijven in België

bron: BELFIRST

Voor de geografische verdeling van de kledingbedrijven over België vinden we een gelijklopend beeld als voor de textielbedrijven. Onder kledingbedrijven verstaan we hier de NACE-BEL code “182”, namelijk , het gaat om een steekproef van 2160 ondernemingen.

Hoofdstuk 4 : Voorstelling van de distributiekkanalen

In het volgende stuk wordt een opsomming gegeven van de verschillende kanalen waarlangs de afgewerkte kleding aan de consument kan worden aangeboden. We tonen ook de evolutie van de omzet bij grootwarenhuizen, filiaalbedrijven en kleinhandel. Verder staan we ook even stil bij de toekomst van deze handelaars.

4.1 De distributiekkanalen in België

De verschillende kanalen

De detailhandel van de kledingdistributie bestaat uit verschillende kanalen. Zelfstandige detailhandel, georganiseerde distributie, geïntegreerde detailhandel, postorderbedrijven en overige kanalen (VIZO sectorstudie detailhandel, blz. 3).

Zelfstandige detailhandel =

De zaakvoerders van dit distributiekanaal worden gekenmerkt door hun zelfstandigheid en hun onafhankelijkheid van andere ondernemingen. De zaakvoerder ontwikkelt een eigen concept voor zijn winkel. Bezit hij meer dan drie winkels met hetzelfde concept dan spreken we van een keten

Georganiseerde distributie =

Een organieke samenwerking van permanente aard tussen ondernemingen. Er is een eenvormig winkelconcept maar het zelfstandig bestaan en de interne autonomie worden behouden. Het grootste deel van de (internationale) ondernemingen met meerdere filialen werken met het franchisesysteem.

Geïntegreerde detailhandel =

Het gaat hier om de grootdistributie, groothandels- en detailhandelsfunctie worden allebei uitgeoefend. (warenhuizen, supermarkten, hypermarkten)

Postorderbedrijven =

Verkoop op afstand, waarbij de klant uit een catalogus zijn keuze maakt.

Overige kanalen =

Markten, huis aan huis, fabrieksverkopen.

De verkoop van kleding is verdeeld over grootwinkelbedrijven, kledingspecialzaken, groothandelaars en importeurs. Deze bedrijven produceren de kledingcollecties meestal niet zelf. Ze maken gebruik van eigen inkoopafdelingen of, bij kleine bedrijven, van inkooporganisaties. Vertegenwoordigers kopen stoffen in op stoffenbeurzen in binnen- en buitenland en kiezen bedrijven voor het onderdeel confectie. Ontwerp en samenstelling van een nieuwe kledingcollectie wordt door eigen ontwerpers gedaan of uitbesteed aan speciale ontwerp- en stylingbureaus (Aangekleed, Uitgekleed, 1995, blz. 22).

Omzet

De tabel met de kettingindexen toont dat de omzet van textiel- en kledingartikelen in de grootwarenhuizen vrij stabiel bleef. Gedurende de periode '98-'01 was de gemiddelde jaarlijkse groeivoet 1,9. Voor de filiaalbedrijven was die groeivoet in de zelfde periode 0,6; wat een stuk lager ligt. Andere kleinhandel groeide jaarlijks gemiddeld met 4,2 (CRB, statistieken 1973-2001).

Supermarkten uit de grootdistributie vormen een bedreiging voor de Belgische confectiebedrijven. Het is moeilijk voor de KMO's om aan de grote oplagen die de supermarktketens eisen te voldoen (gesprek met de heer Quix., 24 februari 2004, Brussel)".

	<u>grootwarenhuizen</u>	<u>filiaalbedrijven</u>	<u>andere kleinhandel</u>
1998	106	103	106
1999	105	105	109
2000	112	105	120
2001	112	110	122

tabel 8: kettingindexen 1995 = 100

bron: CRB, statistieken (eigen opmaak)

De toekomst van de zelfstandige detailhandelaar

De slechte organisatie van de zelfstandige detailhandel in België en de wil in deze sector om alles onder directe controle te houden vormen een zekere bedreiging. Wil de zelfstandige detailhandelaar zijn positie bewaren dan zal hij de wijzigingen in de maatschappij goed in de gaten moeten houden. Vooreerst moet men de concurrentie niet bestrijden door het prijsniveau te wijzigen. Een bepaalde categorie kopers worden door lage prijzen en aanbiedingen aangetrokken, maar deze kopers kunnen geen basis vormen voor een gezonde bedrijfsvoering (VIZO sectorstudie detailhandel, blz. 37).

“Het consumentengedrag is de laatste jaren sterk gewijzigd. Tussen de grote ketens en de traditionele Belgische merken is een groot prijsverschil merkbaar. Waar men vroeger enkele dure stuks per seizoen kocht, kan eenzelfde persoon nu geneigd zijn meerdere stuks aan te kopen in de goedkopere ketens, ondanks dat men over hetzelfde budget beschikt. Als verdediging op dit fenomeen gebruikt men de merkenpolitiek (gesprek met de heer Quix., 24 februari 2004, Brussel)”.

Naast het naar voor brengen van de merkenpolitiek kunnen de zelfstandige detailhandelaars ook proberen gunstiger aankoopvoorwaarden te bedingen. Dit gebeurt door collectief in te kopen via inkoopcombinaties of door gezamenlijke inkoop door verschillende zelfstandige detailhandelaars. Dat de detailhandelaars onderling hun kledingstukken kunnen uitwisselen is een bijkomend voordeel van deze methode (VIZO sectorstudie detailhandel, blz. 37).

Om uw winkel te profileren is het van belang dat de winkelformule afgestemd wordt op een specifieke, welomschreven doelgroep. Inzicht in de doelgroep verkrijgt men door bijvoorbeeld met klantenkaarten te werken (VIZO sectorstudie detailhandel, blz. 38).

Handelaars hebben steeds te kampen gehad met problemen zoals wijzigingen in de consumentenvoorkeur en in hun kooppatroon. Men moet als handelaar voortdurend focussen op de toekomst. Indien men geen aandacht zou besteden aan productassortiment, winkelinterieur, klantentevredenheid,...dan dreigt men uit de markt te verdwijnen. De succesvolle handelaars in de toekomst zijn diegene die specifieke, niet-ingevulde marktniches in de markt zullen kunnen identificeren en invullen (EASTERLING C.R., JERNIGAN M.H., 1990).

“Bij Caroline Biss hebben we een lange weg afgelegd om ons te profileren en een imago op te bouwen. Caroline Biss was genoodzaakt mee te evolveren met haar doelgroep. Geen simpele opgave als men weet dat de klant steeds veeleisender wordt. Dé succesfactor bij het op poten zetten van ons imago was het starten met onze eigen winkels. De winkel moet gelegen zijn op

een toplocatie, het interieur moet in elke winkel gelijk zijn om een vertrouwd gevoel te scheppen, de etalage wordt in hoogseizoen elke week herdaan en we werven enkel bekwaam personeel aan. Door aandacht aan deze zaken te besteden bouwden we jaar na jaar aan ons imago (gesprek met de heer Saelen, 3 maart 2004, Gent)''.

DEEL 2: DYNAMIEK EN PROBLEMATIEK VAN DE SECTOREN

Het tweede deel van dit eindwerk is gewijd aan de dynamiek en problematiek van de textiel- en kledingsector. We vergelijken de dynamiek van de sectoren met de conjunctuur, bekijken de concurrentieproblematiek. Een derde hoofdstuk verklaart de delocalisatiegolven van de laatste jaren. Tenslotte staan we ook nog even stil bij de rol van de overheid.

Hoofdstuk 1: Conjunctuur en dynamiek

1.1 Textielproductievolumen

In dit hoofdstuk bekijken we het verband tussen de dynamiek van de textiel- en kledingsector en de conjunctuur.

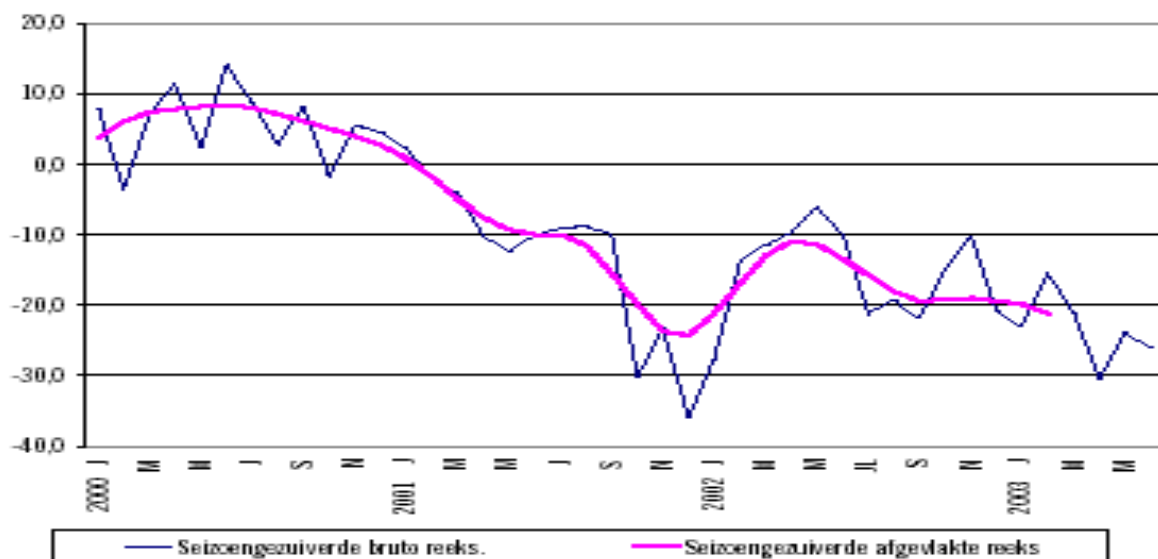
In 1999 daalde het productievolumen met $-0,7\%$. Globaal gezien werd '99 gekenmerkt door een moeilijke start, maar naar het einde toe kwam er beterschap waardoor de daling beperkt bleef (Jaarverslag 1999-2000, Febeltex, blz. 12). De totale groei van het productievolumen lag in 2000 zo'n 4% hoger dan in 1999. Zwakkere productie was dat jaar vooral te wijten aan het tijdelijk wegvallen van een aantal gefailleerde bedrijven (Jaarverslag 2000-2001, Febeltex, blz. 16). Na een uitstekend 2000 daalde het textielproductievolumen voor 2001 ten opzichte van 2000 met $-3,6\%$. Vooral de maanden oktober en november kenden een grote daling als gevolg van '11 september' (Jaarverslag 2001-2002, Febeltex, blz. 16). Tussen 1995 en 2000 kende de Belgische textielsector een groei van $13,7\%$, deze werd door de tegenvallende cijfers van de laatste jaren bijna volledig teniet gedaan. Het productievolumen van de textiel zakte in 2002 nog eens met $-3,5\%$ ten opzichte van het voorgaande jaar. Toch wist België als een van de weinige landen in de Europese Unie het best stand te houden in de moeilijke periode tussen 2001 en 2002 (Jaarverslag 2002-2003, Febeltex, blz. 16).

“Daar de afzetprijzen van de textielproducten slechts weinig veranderen, sluit het verloop van de productiewaarde nauw aan bij dat van het productievolumen. Zowel in 2001 als 2002 werd een daling genoteerd. De waarde in 2002 was 5.247 miljoen euro ten opzichte van 5.457 miljoen euro in het topjaar 2000 (CRB, 4 augustus 2003, blz. 25)”.

1.2 Textielomzet

In 1999 was de textielomzet gedaald met – 3% (Jaarverslag 1999-2000, Febeltex, blz. 12). In 2000 was er een omzetverhoging in de textiel van + 8 % ten opzichte van dezelfde periode in 1999. Deze omzet verhoging was voor 70 % te wijten aan uitvoer (Jaarverslag 2000-2001, Febeltex, blz. 16). De evolutie van de textielomzet volgt met vertraging de evolutie van de textielproductie. De textielomzet voor 2001 lag rond de 6,6 miljard (Jaarverslag 2001-2002, Febeltex, blz. 16). Druk op de verkoopprijzen door de grote concurrentie en de daling van het productievolume zorgen ervoor dat in 2002 de textielomzet 4 % lager ligt. De scherpe concurrentie heeft verschillende oorzaken. Ten eerste kampt men in de sector nog steeds met overcapaciteit, bovendien stijgt de bedreiging van de lageloonlanden zoals China en Turkije (Jaarverslag 2002-2003, Febeltex, blz. 16).

1.3 Synthetische conjunctuurcurve



grafiek 8: Conjunctuurcurve voor de textielindustrie

bron: CRB

De synthetische conjunctuurcurve voor de textielnijverheid van de NBB geeft het vertrouwen van de ondernemers weer en loopt 3 maanden voor op de eigenlijke activiteit. Voor het jaar 1999 kende deze curve een stijgende trend, deze trend zette zich begin 2000 door (Jaarverslag 1999-2000, Febeltex, blz. 13).

Na de voortzetting van de stijgende trend kende de curve een vlak verloop op hoog niveau. Midden 2000 begon de curve te dalen. Deze aarzelingen waren een teken dat de conjunctuur haar hoogtepunt achter de rug had. De textielsector heeft een ‘leading’ karakter en was daardoor een voorbode van de ongunstige economische vooruitzichten (Jaarverslag 2000-2001, Febeltex, blz. 17).

Voor 2001 hoopte men op een herstel van de textielactiviteit. Door de terreuraanslagen van 11 september zat dit er niet in. De curve maakte zowel in september als november een diepe val. De Belgische textielsector met haar sterke focus op export ondervond directe klappen van de gebeurtenissen (Jaarverslag 2001-2002, Febeltex, blz. 17).

2002 was het jaar van de ‘double dip’. Na een eerste conjunctuurinzinking herleeft de economie even, nadien volgt een nieuwe dip (Jaarverslag 2002-2003, Febeltex, blz. 17).

Bedrijven in de textielsector voelen de schommelingen in de conjunctuur heviger dan andere sectoren. Bovendien is de sector vooroplopend op de algemene conjunctuur wat impliceert dat een heropleving ook eerder voelbaar zal zijn dan in andere sectoren (gesprek met de heer Quix., 24 februari 2004, Brussel)”.

“Ook andere indicatoren van de evolutie in de textielproductie wijzen op het voortduren van een zwakke conjunctuur. Zo lag de bezettingsgraad de eerste maanden van 2003 bijzonder laag en is de gemiddeld verzekerde arbeidsduur nog steeds op het peil van einde 2001-begin 2002 blijven hangen (CRB, 4 augustus 2003, blz. 25)”.

1.4 Kledingproductievolume

BINNENLANDSE PRODUCTIE

	In volume	In waarde	Waarde in absolute cijfers (mio EURO)
2001	- 10,6 %	+ 2,7 %	499,1
2002	- 14,9 %	- 4,2 %	478,3
2003 (9 maanden)	- 17,5 %	- 6,1 %	

tabel 9: Binnenlandse kledingproductie

bron: CREAMODA, intern document

Uit de tabel leiden we af dat de productie van kleding zowel in volume als in waarde elk jaar sterker daalt. Bovendien is de daling in volume opmerkelijk groter dan de daling in waarde,

dit is het gevolg een productie met hoge toegevoegde waarde in België (CREAMODA, intern document 2).

“ In tegenstelling tot de algemene conjunctuurtoestand en de evolutie in de textielsector was het jaar 2001 voor de kledingindustrie een relatief gunstig jaar. Het volume van de productie in België nam weliswaar verder af (- 10,6 %), maar deze daling was kleiner dan de voorgaande jaren, toen de achteruitgang steeds minstens 15 % bedroeg. De waarde van deze productie steeg voor het eerst sinds lang zelf licht (CRB, 4 augustus 2003, blz. 27)”.

KLEDINGPRODUCTIE IN EUROPA

Binnen europa ging de kledingproductie in de eerste negen maanden van 2003 met 6,6 % achteruit. Frankrijk was de sterkste daler met meer dan 20 %. Ook in België, Denemarken, Finland en Ierland daalde het productievolume meer dan 10 %. In Duitsland, Nederland en Verenigd Koninkrijk was de daling iets minder groot. Enkel Griekenland kende een stijging van haar productievolume in de kledingsector, al was het slechts met 1 % (CREAMODA, intern document 2).

1.5 Kledingomzet

Volgende tabel toont de omzet van de kledingsector op basis van de productie in België en in het buitenland.

		In mio EURO
2001	+ 6,8 %	2 203,3
2002	- 5,5 %	2 080,9
2003 (8 maanden)	- 6,2 %	

tabel 10: Omzet kledingsector

bron: NIS, BTW-aangifte

Door de slechte economische situatie daalde de omzet in 2002 en 2003 respectievelijk met – 5,5 % en – 6,2 %. In 2002 was de totale waarde van de omzet 2 080,3 miljoen euro (NIS, BTW-aangifte).

75 % van de omzet komt uit productie die gerealiseerd is in het buitenland (CREAMODA, intern document 2).

Hoofdstuk 2: Concurrentie vanuit het standpunt van textiel naar mode

2.1 Concurrentie

De afzetmarkt van de Vlaamse producenten ligt hoofdzakelijk buiten België. De grootste uitvoer neemt plaats naar de ons omringende landen, zoals Nederland, Duitsland en Frankrijk. In ons land kunnen slechts weinig grote orders worden binnengehaald, de Belgische markt op zich is immers klein en de steeds groter wordende vraag naar diversiteit zorgt voor hoge omsteltijden en heeft een negatieve invloed op het leereffect bij de arbeiders.

De Belgische textielbedrijven hebben te kampen met een aantal structurele problemen. Vooreerst is er de dure euro. Ten tweede zijn er de toenemende kosten van arbeid en energie. Ten derde is er sprake van unfaire concurrentie door landen als China en Turkije door de subsidies die deze landen krijgen. Een vierde probleem zijn de beperkte inspanningen van de overheden (Nieuwsbrief FEBELTEX, 29 januari 2004).

Zo'n tien jaar geleden, in de periode 1992-1993, was er een grote crisis in het Europees Monetair Systeem. Er waren forse verschuivingen in de muntpariteiten tussen de Europese munten onderling. De lire, escudo en peseta devalueerden, de Britse pond sprong volledig uit de band. Onze textielbedrijven ondervonden hiervan grote schade (Nieuwsbrief FEBELTEX, 12 januari 2004).

Tien jaar later is het concurrentielandschap gewijzigd door de invoering van de euro. De dollar verzwakte 35 % ten opzichte van de euro in het voorbije anderhalf jaar. Het is niet meer zo zeer een strijd tussen de Europese landen en hun ondernemingen, maar eerder een strijd tussen Europa enerzijds en de andere continenten anderzijds. Landen uit de dollarzone hadden al sterke troeven, door de verzwakking van de dollar ten opzichte van de euro komt hier een kunstmatig voordeel bij (Nieuwsbrief FEBELTEX, 12 januari 2004).

De grootste oorzaak waaraan de Belgische textielondernemingen klanten verliezen zijn de hoge prijzen die ze vragen voor hun producten. Deze hoge prijzen worden voor het grootste deel veroorzaakt door de hoge loonkosten in ons land. Ten opzichte van onze belangrijkste Europese concurrenten, Duitsland, Frankrijk, Nederland, Italië en Verenigd Koninkrijk liggen onze kosten gemiddeld 13 % hoger. De concurrentie op gebied van loonkosten is helemaal unfair als we gaan vergelijken met landen als Turkije of landen uit Centraal- en Oost Europa. De loonkosten bedragen daar maar 1/10 van bij ons (Nieuwsbrief FEBELTEX, 3 juli 2003).

De Belgische wetgeving voorziet een loonnorm. Deze voorkomt echter enkel grotere problemen, maar vermindert de huidige kosten niet. De grootste kosten zijn de indirecte loonkosten, het gaat om de directe belastingen, de persoonlijke en patronale bijdragen. De sociale lasten moeten dus dringend dalen (Nieuwsbrief FEBELTEX, 3 juli 2003).

Een cascadesysteem van subsidies zorgt ervoor dat China haar producten aan nog lagere prijzen kan aanbieden. Deze dumpingprijzen komen in geen enkel opzicht overeen met de reële economische kostprijs. China heeft bovendien geen nood aan deze subsidies, haar loonkosten bedragen 1/50 van de Europese textielarbeiders, waardoor ze zo al scherpe prijzen kunnen bieden (Persbericht FEBELTEX, 26 november 2003).

Ook de investering in Chinese bedrijven gebeurt niet conform met de geldende regels. De helft van de investeringskredieten zit bij de staatsbanken. Dit is een extra reden van de lage prijzen van Chinese producten (Persbericht FEBELTEX, 26 november 2003). Om deze reden en redenen die verder besproken worden, vormt China een grote bedreiging in het concurrentielandschap.

Febeltex heeft een aantal richtsnoeren opgesteld om de concurrentiekracht in de textielsector te verstevigen.

Een eerste actie is het stimuleren van de toeleveringssector. Het gaat om het behoud van de textielketting. Het is de ketting van toeleveranciers die de hele cluster alleen maar sterker maken. Een tweede richtsnoer is de versterking van onze exportactiviteiten. De opening van derde markten is hierbij een belangrijk programmapunt zodat onze bedrijven naar nieuwe gebieden kunnen exporteren. Een derde krachtlijn is de verbetering van het imago van de textielsector. Tenslotte moet er meer aandacht besteed worden aan verbetering van de technologie (Nieuwsbrief FEBELTEX, 15 juni 2000).

Op de conferentie van Doha Qatar in november 2001 werden een drietal punten op de agenda gezet die belangrijk zijn voor de textiel- en kledingsector.

- markttoegang voor niet-landbouwproducten
- vereenvoudiging van de handel en transparantie van de publieke bemiddeling
- artikel 25.2 van het Tripakkoord

In dit artikel 25.2 wijst men op de noodzaak voor de leden van de WTO om intellectuele eigendomsrechten bij de design van modellen in de textiel- en kledingsindustrie te respecteren

(LANKIN W.H., 2003). Iedereen in de textiel- en kledingsindustrie weet hoe groot de verliezen jaarlijks zijn ten gevolge van kopie en namaak

2.2 Loonkostenproblematiek

Textiel

In de tabel zien we dat de positie van de Belgische textielarbeiders er op gebied van loonkosten tussen '92 en '93 sterk op achteruit is gegaan. Landen als Italië en Verenigd Koninkrijk winnen dan weer terrein, net als Frankrijk. Nederland staat ongeveer op dezelfde plaats als België, enkel in Duitsland is de loonkost in de textielsector nog hoger dan bij ons. Een verklaring voor dit alles zijn de veranderingen in de muntpariteiten in september '92. De devaluatie van de lire, pond en peseta zorgden ervoor dat respectievelijk Italië, Verenigd Koninkrijk en ook Spanje een betere concurrentiepositie kregen (BERNARD P. et al, 1994).

	Duitsland	Frankrijk	Italië	Nederland	VK
1.1.1982	92	80	85	95	76
1.1.1983	104	83	101	105	81
1.1.1984	103	87	106	101	81
1.1.1985	99	87	105	96	75
1.1.1986	103	87	98	95	71
1.1.1987	104	82	101	97	59
1.1.1988	106	81	101	100	64
1.1.1989	106	79	103	97	71
1.1.1990	104	78	107	96	62
1.1.1991	104	76	108	100	66
1.1.1992	103	74	110	98	65
1.1.1993	104	73	92	98	56

tabel 11: Uurloonkost in Ecu - textielarbeiders België = 100

bron: COMITEXTIL

Op 2 april 1999 werd voor de arbeiders en de bedienden uit de textielsector een nieuwe CAO afgesloten. Door het belang van de loonkostenhandicap van de textielsector was het een noodzaak dat de kost van de CAO's onder de loonnorm van 5,9 % bleef (Jaarverslag

FEBELTEX, 1999-2000, blz. 14). Op 1 juli 2000 stijgt het uurloon van de textielarbeiders met 2 BEF/uur als gevolg van een nieuwe CAO. Op 1 oktober 2000 stijgt dat zelfde uurloon nog eens met 2 % door de indexering van de lonen. Globaal kunnen we zeggen dat in de periode tussen eind 1999 en eind 2000 de loonkost met 2,2 % steeg in bedrijven met meer dan 100 werknemers. In andere ondernemingen zagen we een status-quo (Jaarverslag FEBELTEX, 2000-2001, blz. 20). In 2001 ontspoorde de loonkosten helemaal. “De oorzaken van deze ontsporing moeten gezocht worden zowel in de periode van gunstige economische conjunctuur op het moment van de sociale onderhandelingen (begin 2001), als in de ernstige onderschatting van de inflatie (Jaarverslag FEBELTEX, 2001-2002, blz. 20)”. Febeltex schatte de sectorale loonkostenhandicap van ons land op 1 januari 2003 zo’n 8,2 % ten opzichte van ons drie buurlanden en zelfs 12,6 % tegenover onze vijf belangrijkste handelspartners. De organisatie hoopt dan ook op inspanningen van de nieuwe federale regering om deze handicap af te bouwen (jaarverslag FEBELTEX, 2002-2003, blz. 20). In de textielnijverheid heeft de loonkost geen doorslaggevende rol in het delocalisatievraagstuk. Toch zijn er enorme verschillen met de loonkost in onze buurlanden wat de concurrentiepositie van ons land aantast (BERNARD P. et al., 1994).

“Onze loonkostenhandicap bedraagt vandaag de dag 13 % ten aanzien van onze buurlanden. Deze moet stapsgewijs dalen. Maar we maken ons de bedenking of dit alles niet ‘to little to late?’ is. De werkgevers worden enorm ontmoedigd door de lage rendabiliteit die ze behalen. Door een lagere loonlast zouden ze een grotere marge kunnen halen (gesprek met de heer Quix., 24 februari 2004, Brussel)”.

Kleding

Vooreerst bekijken we de loonkost in België. In de periode '91-'93 was er een loonkostenexplosie van 17 %. De laatste reële loonkostendaling was in '94. Deze vond plaats in het kader van het ‘globaal plan’ om de bijdrage van lage lonen te verminderen. Tussen '95 en '00 was er slechts een beperkte stijging van de lonen. Het minimum brutoloon op 1 januari 2003 bedroeg 8,172 euro per uur. De minimale loonkost was op datzelfde moment 13,88 euro per uur. Een gevolg van deze evolutie is delocalisatie van de productie (intern document CREAMODA, deel 2).

Er is een duidelijke evolutie te zien in de loonkost.

1.1.91 - 31.12.93	+ 17 %
1.1.94 - 31.12.94	- 2,41 %
1.1.95 - 31.12.95	+ 0,77 %
1.1.96 - 31.12.96	+ 1,58 %
1.1.97 - 31.12.97	+ 1,35 %
1.1.98 - 31.12.98	+ 3,40%
1.1.99 - 31.12.99	+ 0,86%
1.1.00 - 31.12.00	+ 0,39 %
1.1.01 - 31.12.01	+ 4,03%
1.1.02 - 31.12.02	+ 5,27%

tabel 12: Loonkostenevolutie van 1991 tot 2002

bron:CREAMODA

We stellen de loonkost in België gelijkstellen aan 100 % en vergelijken met de loonkost in ander landen. Binnen de Europese Unie zien we dat die in Italië en Frankrijk ongeveer 80 % is, in Groot-Brittannië 65 %, Spanje 40 % en Portugal amper 20 %. Buiten de Europese Unie, Bedraagt de loonkost in Amerika 60 %, Noord-Afrika 10 %, Oost-Europa tussen de 5 en 20 % en Zuidoost Azië tussen de 1 en 10 %, voor de laatste twee is er wel nog een onderscheid van land tot land (intern document CREAMODA, deel 2).

De verschillen tussen de loonkost in België en de lageloonlanden zijn verschrikkelijk groot. Een verlaging van de Belgische loonkost zou enkel tot effect hebben dat we competitiever worden ten opzichte van onze buurlanden (Bernard P. et al, 1994).

2.3 Free and fair trade

De mondiale kledinguitvoer groeide over de laatste twee decennia met bijna 400 %. Ver vóór de chemische sector en de automobielenindustrie staan de textiel en kleding op de derde plaats op de wereldranglijst. Het verschil van textiel en kleding met andere industriële sectoren is dat er een groot deel ontwikkelingslanden deelnemen in de wereldhandel (TEXINFO, nr. 39, 2003).

Op de Uruguay Ronde die plaats vond in 1994 in Marrakech werd een textielakkoord bereikt. Dit ATC-agreement, agreement on tariffs and trade, moest er voor zorgen dat de liberalisering

van de textiel- en kledinghandel gespreid werd in verschillende fasen over tien jaar, dus lopend tot 2005 (Nieuwsbrief FEBELTEX, 19 juli 2001).

W.H. Lakin, de directeur-generaal van Euratex omschrijft de periode 2005-2010 in zijn uiteenzetting, op de Aachen Conferentie van 26 november 2003, als 'de cruciale vijf jaar'. "Het is de periode waarin de gevolgen van een aantal institutionele wijzigingen duidelijk zullen worden".

- de uitbreiding van de EU tot 25 leden op 1 mei 2004
- de vooruitgang in de realisatie van de PAN-EURO-MEDITERAAN zone, als zone van vrije handel
- het einde van de textiel- en kledingquota's
- de DOHA-ontwikkelingsagenda van de wereldhandelorganisatie

Uitbreiding van de EU

Door de uitbreiding van de EU met tien nieuwe landen zal de omzet in de textiel-en kledingsector toenemen van 203 tot 226 miljoen euro, de werkgelegenheid zal stijgen met 2,7 miljoen. Toch zal de impact van de uitbreiding beperkt blijven, zowel voor de huidige leden van de EU als voor de toekomstige leden. Reeds enkele jaren voeren deze kandidaat-leden een vrije handel zonder taksen en quota's met de EU-landen. Deze zone van vrije handel zorgde ervoor dat bedrijven uit de EU zich konden concentreren op het verhandelen. In de jaren '80 en '90 begon men Europese stoffen uit te voeren naar landen buiten de EU voor confectie, nadien werden ze heringevoerd in de EU. Het resultaat van dit partnership vertaalt zich in de handel tussen de EU-15 landen en de kandidaat-leden, in 2002 werden voor 7 miljard euro uitgevoerd en voor 7,75 miljard euro ingevoerd (LANKIN W.H., 2003).

In Europa en Amerika vallen in 2005 alle beschermende quota weg. Voor België zullen de gevolgen eerder beperkt blijven, ons land voerde de laatste jaren grotendeels in zonder quota. Er was reeds vrije concurrentie. Het is van belang dat ook derde landen hun quota's laten vallen zodat er een algemene vrije handel komt (Nieuwsbrief FEBELTEX, 11 oktober 2002).

De pan-euro-mediterrane-zone

Wanneer we de PAN-EURO-MEDITERANE-zone bekijken moeten we toch enkele bemerkingsen maken. De mediterrane landen die geen lid zijn van de EU hebben een omzet van 40 miljard euro. Toch kunnen we de handel tussen deze landen en de EU-landen nog niet als volledig 'vrije' handel bestempelen, zoals deze vandaag bestaat tussen de 15 EU-landen en

morgen tussen de 25 EU-landen. Er is dus nog werk aan de winkel. De akkoorden die de laatste jaren gesloten werden tussen de EU en de betrokken landen (Marokko, Tunesië, Egypte, Libanon, Israël, etc....) maken vermelding van taksvrije markttoegang voor deze landen tot de EU in aansluiting met de algemeen geldende regel binnen de EU. Toch mogen producenten uit de EU niet taksvrij aan deze landen verkopen tenzij de betrokken goederen heringevoerd worden naar de EU. Worden de goederen niet heringevoerd, dan gelden hoge taken. Voor 2012/2014 is er nog geen sprake van om deze taken op te heffen (LANKIN W.H., 2003).

Einde van het quotasysteem

Het quotasysteem dat beslist werd door de leden van de WTO op de Uruguay Ronde zal 31 december 2004 stopgezet worden. Afschaffing van dit quotasysteem betekent dat Europa, Canada en Amerika meer zullen invoeren. Het openen van de markten hebben minder effect op de EU export. China en India zullen het grootste voordeel ondervinden van de afschaffing van de invoerheffingen. Sinds China in 2001 toetrad tot de WTO steeg haar export naar Europa en de VS indrukwekkend. Landen als Bangladesh en Sri Lanka hebben meer te vrezen, ze zijn afhankelijk van hun kledingexport en hebben geen textielindustrie als basis. De competitieve druk die zal stijgen zal de prijzen doen dalen. Grote distributeurs en hypermarkten zullen dit fenomeen nog meer in de hand werken. Voor de consument zal dit effect amper merkbaar zijn (LANKIN W.H., 2003).

Naar verwachting zullen na afschaffing van de tariefbarrières en quotaregelingen de textiel- en kledingexporten uit ontwikkelingslanden aanzienlijk toenemen. Lageloonlanden krijgen hiermee een betere toegang tot de internationale handelsmarkt en de mogelijkheid om hun productiecapaciteit uit te breiden. Voor consumenten betekent dit een toenemend aanbod van goedkope kleding. Vrees voor verlies aan werkgelegenheid deed de Europese Unie besluiten ontwikkelingslanden onder druk te zetten hun markten te openen voor producten uit Europa. Lidstaten zoals Italië en Portugal (met 1 miljoen banen in kleding en textiel) wisten tot nu toe een belangrijk marktaandeel te behouden, maar zijn bang dat in de toekomst ook bij hen massale ontslagen zullen vallen (Aangekleed, Uitgekleed, 1995, blz. 29).

Wanneer de economische liberalisering doorzet wordt China met haar enorme reserves aan landbouwgrond en goedkope arbeidskrachten één van de belangrijkste textiel- en

kledingproducten. Momenteel komt de grootste steun nog van investeerders uit Hong Kong en Zuid-Korea, maar de Verenigde Staten en West-Europa winnen steeds meer terrein (Aangekleed, uitgekleet, 1995, blz. 29).

In 2001 trad China toe tot de Wereldhandelsorganisatie (WTO), in het toetredingsakkoord werd een vrijwaringclausule gezet. Sinds haar toetreding tot de WTO steeg de uitvoer van Chinese producten enorm. Amerika ondervond hiervan grote hinder, haar markt werd overspoeld met Chinese breigoedstoffen, kamerjassen en lingerieproducten. Net om dit fenomeen verder te vermijden maakt Amerika gebruik van de vrijwaringclausule en zal de Chinese uitvoer naar de VS van deze drie producten beperkt worden tot een groei van 7,5 % en 6 % voor de wolproducten (persbericht FEBELTEX, 26 november 2003).

Hoofdstuk 3: Delocalisatie

3.1 Definitie

Tijdens de zoektocht naar de laagst mogelijke productiekosten hanteert men verschillende strategieën naargelang het productiestadium waarin men zich bevindt. Tijdens de omvorming van vezel tot stof is een verregaande mechanisering en automatisering aangewezen, terwijl de confectie die arbeidsintensief blijft op zoek moet gaan naar goedkope arbeidskrachten en soepelere productiemogelijkheden. Door dit laatste ontstaan delocalisatiegolven.

Dat delocalisatie al langer dan vandaag bestaat blijkt uit de vele voorbeelden die we uit de literatuur kunnen halen.

Ricardo verklaarde comparatieve voordelen in zijn boek 'On the principals of political economy and taxation' aan de hand van technologische ontwikkeling. In zijn beroemde voorbeeld met Engeland en Portugal stelde hij dat indien beide landen zich zouden toeleggen op die producties die ze tegen de voordeligste prijs en dus met het minste kosten konden uitvoeren, de globale welvaart van deze landen zou toenemen. Er wordt wel gesteld dat het reële loonniveau in beide landen gelijklopend is (RICARDO D., 1817). Deze laatste veronderstelling is in de huidige wereld niet meer van toepassing.

Heckscher-Ohlin-Samuelson herwerkten deze theorie van Ricardo. Er werd niet langer gesteund op technologieverschillen, dan wel op verschillen in de rijkdom van productiefactoren arbeid en kapitaal. Elk land moet zich specialiseren in de productie waar de productiefactor waar het een comparatief voordeel in heeft in overweegt (HECKSCHER-

OHLIN-SAMUELSON). Toegepast op de textielsector enerzijds en de confectie- en kledingsector anderzijds komen we tot de volgende conclusie. De textielsector is de voorbije eeuw steeds arbeidsintensiever geworden, confectie- en kleding blijven grotendeels arbeidsintensief. In navolging van toepassing van Heckscher-Ohlin-Samuelson zou het voor iedereen voordeliger zijn om de confectie- en kledingsector te verplaatsen naar landen waar het loonniveau en daardoor de productiekosten lager zijn.

Porter verving de term ‘comparatieve voordelen’ door ‘competitieve voordelen’. Hij bedoelt hiermee dat een bedrijf niet enkel door productie met goedkopere productiefactoren een voordeel kan halen. Een andere, efficiëntere manier van produceren kan ook de concurrentiepositie van een bedrijf versterken (PORTER M.E., 1990). De theorie van Porter vond zijn toepassing in de textielsector. Vlaamse producenten kunnen zich handhaven in de internationale handel door hun superieure technologie en hun nieuwe machines, door deze inspanningen hebben ze nog een voorsprong op Oost-Europa waar men nog niet over deze gesofistikeerde productiemethodes beschikt.

Onder delocalisatie verstaan we vandaag in de bedrijfswereld de gedeeltelijke of gehele stopzetting van de productie-eenheid in eigen land om ze te verplaatsen naar lageloonlanden met de bedoeling de kosten te verlagen (BERNARD P. et al, 1994). “De reden voor delocalisatie van de Vlaamse bedrijven moet immers vooral gezocht worden bij rendementsoverwegingen en wordt ingevoerd om aan de mondialisering van de economie en de toegenomen internationale concurrentie een hoofd te kunnen bieden (DEGROOT F., 1995-1996, blz. 7). Ook Chung H.L. bespreekt in zijn studie het belang van de comparatieve voordelen in delocalisatie. Bedrijven die comparatieve voordelen verliezen zullen niet zo vlug overschakelen naar een andere activiteit in eigen land, ze zullen eerder geneigd zijn in het buitenland te investeren in dezelfde sector. Chung verklaart dit door het industrie-specifieke kapitaal, meer bepaald de voorkennis van zaken en de aanwezige knowhow. Chung stelt dat de waarde van het industrie-specifieke kapitaal wordt aangetast door de wijziging in de comparatieve voordelen. Uitwijking of delocalisatie is dan ook noodzakelijk om dit kapitaal te behouden. Het thuisland verliest dan echter het kapitaal. Uit dit standpunt blijkt dat delocalisatie geen oorzaak is van de werkloosheid, maar samen met die werkloosheid een gevolg is van het verlies aan comparatieve voordelen (CHUNG H.L., 1990).

In september 1993 deed Creamoda een enquête bij honderd kledingbedrijven naar de delocalisatie van Belgische confectiebedrijven; in 1996, 1998 en 2000 werd de enquête geactualiseerd. Gemiddeld was er een respons van 30 tot 35 %.

Hieronder vinden we de verdeling van de kledingbedrijven die delocaliseren en diegenen die helemaal niet delocaliseren.

	1993	1996	1998	2000
Delocalisatie	47 %	55 %	70 %	71 %
Geen delocalisatie	53 %	45 %	30 %	29 %

tabel 13: Delocalisatie of niet

bron: CREAMODA intern document, deel 3, 2003

We zien duidelijk dat er tussen 1996 en 1998 een enorme verschuiving heeft plaatsgevonden. In 1998 delocaliseerde 70 % van de ondervraagde bedrijven. Van de in 2000 ondervraagde ondernemingen zonder buitenlandse productie gaat 16 % in de toekomst zeker nog delocaliseren, 6 % zal dat misschien doen en 78 % zegt niet te delocaliseren. De grootste delocalisatiegolf vond plaats tussen 1993 en 1998 (Creamoda, intern document, deel 3, 2003).

3.2 De verschillende vormen van delocalisatie

Wanneer een onderneming haar productie in een gastland gaat vestigen omwille van noodzakelijke marktaanwezigheid, de nabijheid van grondstoffen of om hoge transportkosten te vermijden spreken we nog niet van delocalisatie. Een eerste vorm van delocaliseren is delocalisatie met afbouw. Het gaat hier om het verminderen en nadien stopzetten van de activiteit en/of tewerkstelling in het thuisland omdat de productie wordt overgeheveld naar een gastland. Delocalisatie met expansie is een tweede vorm. Vestigingen die enkel gericht zijn op de lokale markt of vestigingen die enkel expansie doorvoeren omwille van noodzakelijke marktaanwezigheid, het vermijden van transportkosten of om de nabijheid van grondstoffen worden gesloten. Ten derde kunnen we delocaliseren met diversificatie. Men start dan een nieuw productieproces die niet in het thuisland kan worden gerealiseerd (VIAENE J., 1997-1998, blz. 6,7).

Naam	Kenmerken : de overheveling of creatie van productie in gastland...
Geen delocalisatie	<ul style="list-style-type: none"> - omwille van marktaanwezigheid - omwille van nabijheid van grondstoffen en energie - omwille van te hoge transportkosten

Met afbouw	met stopzetting of vermindering van activiteit en/of tewerkstelling in België
Met expansie	zonder stopzetting of vermindering van activiteit en/of tewerkstelling in België
Met diversificatie	verwant met de productie in moederland of volledig nieuw
Toekomstdelocalisatie	<ul style="list-style-type: none"> - die mogelijkheid in de toekomst negatieve gevolgen zou kunnen hebben voor de productie - die reeds gepland is maar nog niet werd doorgevoerd

Tabel 14: Vormen van delocalisatie

bron: VIAENE J., 1997-1998

Wat de delocalisaties in de textiel- en confectiesector betreft, gaat het meestal om gedeeltelijke verplaatsing van productie-eenheden, omdat enkel het meest arbeidsintensieve deel van het werk in naar lageloonlanden wordt gebracht.

In de enquête van Creamoda werd ook gepolst naar de vorm waaronder men delocaliseert. We zien dat de meeste bedrijven, in 2000 was dat 68 %, in onderaanneming en met loonconfectie werken. 18 % heeft een eigen productie-eenheid in het buitenland. 8,5 % ging een joint-venture aan. Overnames zijn met hun 0,5 % duidelijk het minst populair (Creamoda, intern document, deel 3, 2003). Door te produceren in onderaanneming worden grote risico's vermeden. De investeringen die men zelf moet maken blijven op die manier erg beperkt.

	1993	1996	1998	2000
Onderaanneming + loonconfectie	67 %	62 %	69 %	68 %
Eigen productie- eenheid	13 %	27 %	20 %	18 %
Joint-venture	15 %	8 %	9 %	8,5 %
Overname	5 %	3 %	2 %	0,5 %
andere				5 %

tabel 15: Verschillende vormen van delocalisatie

bron: CREAMODA, intern document, deel 3, 2003

Delocalisatie onder de vorm van loonconfectie of onderaanneming is populair omdat het de Vlaamse ondernemingen toelaat ,zonder al te grote investeringen te doen, goedkoper te produceren in het buitenland. Werken in onderaanneming brengt een aantal voordelen met

zich mee. Men kan profijt halen uit de tijdelijke internationale onevenwichten voor wat betreft de productiekosten en in geval van structurele wijzigingen in de situatie aangaande de comparatieve of competitieve voordelen tussen de landen onderling kan de productie ook makkelijk verplaatst worden (DEGROOT F., 1996, blz. 8). Als nadelen zouden we het risico op ondermaatse kwaliteit, het verlies aan controle met betrekking tot de leveringstermijnen en het risico tot verlies van bedrijfsgeheimen aangaande klantenbestand en dergelijke meer kunnen opwerpen.

Grote distributieondernemingen bevoorraden zich in lageloonlanden of laten hun eigen ontwerpen in die landen produceren. Dit is een belangrijke factor in het delocalisatieproces. Grote ondernemingen zoals Boss, Benetton en Quelle passen deze techniek van onderaanneming toe. Men moet niet investeren, moet geen personeel aanwerven of ontslaan en wanneer de stijl verandert kiest men gewoon een meer geschikte onderaannemer. Ook ons land maakte in haar textielplan de weg vrij voor grote distributeurs die zich bevoorraden of laten toeleveren door lageloonlanden. Momenteel overspoelen Zweedse, Franse en Spaanse distributeurs onze markt. De prijsconcurrentie die dit teweeg brengt is een extra reden om te delocaliseren (BERNARD P. et al., 1994).

Wanneer de productie in loonwerk gebeurt in de lageloonlanden en in eigen land geheel wordt afgebouwd, moeten we ons de vraag stellen of de Belgische onderneming dan niet evolueert naar een export-import of trading-vennootschap.

3.3 De motieven de delocalisatie

De motieven om over te gaan tot delocalisatie zijn verschillend voor textiel en confectie. Dit heeft te maken met de verschillende structuur van de sectoren. Het grootste verschil zit hem in de arbeidsintensiviteit van de confectie en de kapitaalsintensiviteit van de textiel.

TEXTIEL

De textielnijverheid is kapitaalintensief, te hoge loonkosten zijn dus niet de hoofdreden voor de bedrijven uit de sector om te delocaliseren. Toch tasten de verschillen in loonkosten met onze buurlanden de Belgische concurrentiepositie aan. Samen met andere factoren kunnen deze loonkostenverschillen een invloed uitoefenen om te delocaliseren (BERNARD P. et al., 1994).

In België is 50 % van de textielproductie voor de kledingnijverheid bestemd. De houding van de kledingsector is van cruciaal belang in het delocalisatievraagstuk van de textielsector. Wanneer de kledingsector naar de toekomst toe zou beslissen om verder te delocaliseren of meer in te voeren zou dit een gevaar betekenen voor de textielsector en tevens de veredelingsbedrijven in ons land. “ De kans bestaat dat de productie van het basisgaren en het basistextiel zich in de toekomst verder zal delocaliseren naar het Verre-Oosten en in mindere mate naar Oost-Europa. Alles hangt ervan af in hoeverre die landen hun textielketting zullen uitbouwen”. Een meeslepende delocalisatie naar het Verre-Oosten is minder reëel dan delocalisatie naar Oost-Europa (BERNARD P. et al., 1994). De textielfabrikanten uit West-Vlaanderen vrezen voor het verlies van de onschatbare clustervoordelen die ze in ons land hadden opgebouwd. De textielbedrijven zijn immers omgeven door tal van bedrijven met nevenactiviteiten in dezelfde sector.

De vraag naar Just-in-Time leveringen en hoogwaardig en gespecialiseerd textiel neemt gestaag toe. Deze technologische voorkeur zorgt volgens sommigen voor een terugkeer van het comparatief voordeel naar die bedrijven zich in de meest industriële landen bevinden (BERNARD P. et al., 1994).

Bij de productie van toekomstgerichte, technische textielproducten duiken heel wat milieutechnische problemen op. Wijzigende milieureglementeringen zullen dan ook een bepalende factor zijn in de vraag waar men de productie zal vestigen (BERNARD P. et al., 1994).

KLEDING

Lage lonen, de distributieslag en de nabijheid van Oost-Europa maken dat in de confectie- en kledingsector een delocalisatiegolf op gang kwam.

In september 1993 hield de Kledingfederatie een enquête bij 200 ondernemingen. Daaruit bleek dat 47 % van de ondernemingen produceert in het buitenland of via toelevering laat produceren in het buitenland. We kunnen aannemen dat dit percentage vandaag, meer dan tien jaar later, nog zal zijn toegenomen.

Het spreekt voor zich dat de arbeidsintensieve kledingsector gevoelig is voor de loonkosten. Het grote verschil met de loonkost in de lageloonlanden is een eerste reden om met de productie te verhuizen naar het buitenland (BERNARD P. et al., 1994).

Ook verschillende bedrijfsleiders van confectiebedrijven bevestigen dit fenomeen. “Voor een arbeidsintensieve onderneming is het vlug beslist om naar het buitenland te gaan produceren

als men weet dat de loonkosten daar gemiddeld maar een tiende tot een vijftiende van de Belgische loonkosten bedragen. We hebben voor de productie van ons interieurtextiel in het bijzonder voor Bulgarije gekozen, in dat land was reeds een lange traditie van confectie aanwezig. Toch moet gezegd dat we niet met plezier delocaliseren, het is enkel een manier om te overleven (gesprek met de heer Van de Weghe, 16 maart 2004, Gavere)”. Ook bij het Belgische Caroline Biss ging men om die reden over tot delocalisatie. “De loonkosten van onze productie-eenheid in Bulgarije liggen rond de 150 euro per maand, indien we hetzelfde werk in België zouden laten uitvoeren betaalden we al snel het tiendubbele daarvan (gesprek met de heer Saelen, 31 maart 2004, Gent)”.

Een andere reden is het zwartwerk. De illegale ateliers richten zich eerder op kort-cyclische-mode-artikelen, de legale ateliers daarentegen produceren voornamelijk niet-kort-cyclische confectie (BERNARD P. et al., 1994). De kleding- en confectiesector hoopt dat de regeringen in hun beleid maatregelen treffen tegen de hierboven vermelde belemmeringen van de sector. De vraag is echter of men het probleem hiermee kan oplossen.

Er wordt meer en meer gevraagd van de kledingproducenten, snelle leveringen in kleine hoeveelheden en van een uitstekende kwaliteit zijn erg belangrijk. Het kleinere marktsegment van het hogere gamma wordt nog niet bedreigt door de delocalisatietrend. Maar de nabijheid van Oost-Europa en de sterke vooruitgang van deze regio op gebied van kwaliteit kunnen op termijn wel een gevaar betekenen (BERNARD P. et al., 1994).

De lagere loonkost is de belangrijkste reden tot delocalisatie. De enquête van Creamoda vroeg de bedrijven naar andere motieven dan lage loonkosten om naar het buitenland te verhuizen met de productie. Deze motieven staan hieronder gerangschikt volgens belangrijkheid. In de tabel wordt een overzicht gegeven van de regionale nuanceringsen.

- 1 beschikbaarheid van personeel
- 2 bereikbaarheid
- 3 kwaliteit
- 4 transport
- 5 politiek klimaat
- 6 expansie

Noord-Afrika	Oost-Europa	Zuidoost -Azië	Europese Unie
1	2	1	3
5	1	3	1
2	3	6	2-4

tabel 16: Regionale nuancering van de delocalisatiemotieven

bron: Creamoda, intern document, deel 3, 2003

Noord-Afrika wordt vooral gekozen omwille van de beschikbaarheid van personeel, het gunstige politieke klimaat en de bereikbaarheid. Oost-Europa heeft als belangrijkste troeven de bereikbaarheid, beschikbaarheid van personeel en de kwaliteit van de afgewerkte producten. Zuidoost Azië wordt dan weer om expansieve redenen gekozen. Ons land en Europa in het algemeen moeten het vooral hebben van de hoogstaande kwaliteit van de producten, de beschikbaarheid van personeel en onze bereikbaarheid en troeven wat betreft transport en distributie.

3.4 De delocalisatiegolf van Noord-Afrika naar Oost-Europa

Hierboven werd al aangetoond dat elke regio zijn specifieke troeven heeft. Doorheen de geschiedenis zien we mooi dat er verschuivingen zijn tussen van de ene regio naar de andere. De geografische ontwikkeling van de delocalisatiegolven loopt samen met de historische ontwikkeling van delocalisatie. Artus neemt drie verschillende golven van delocalisatie waar. Begin de jaren '70 was er de eerste delocalisatiegolf naar de 'vier draken' (Hong Kong, Zuid-Korea, Singapore en Taiwan), het belangrijkste voordeel van deze regio was de goedkope productie van massaconsumptiegoederen. Een tweede golf omvatte delocalisaties naar Oost-Azië, Noord-Afrika en de Mahreblanden. Tenslotte boden zich door de val van het ijzeren gordijn mogelijkheden aan voor een derde golf van delocalisaties richting Oost-Europa (ARTUS, 1995). Uit de enquête van de kledingfederatie bleek dat na de val de Berlijnse muur in de jaren 80 de delocalisatie in een stroomversnelling kwam (Forumverslag, 1993, blz. 6-7).

Noord-Afrika

Eind de jaren 70 en tijdens de jaren 80 was er een golf van delocalisatie naar Noord-Afrika. Landen als Marokko en Tunesië waren door hun stabiel klimaat en westerse mentaliteit het populairst. Toch was het opzetten van een productievevestiging in Noord-Afrika niet evident.

De islam, de immense bureaucratie en corruptie zorgden voor de nodige moeilijkheden (DEGROOT F.,1996, blz. 44). Bij de Noord Afrikaanse landen heeft Tunesië de voorkeur van velen. Tunesië is een land dat investeerders aantrekt omwille van de goede relaties die je er met de overheden kan uitbouwen, de begrijpelijke sociale wetgeving en de afwezigheid van corruptie. Het land beschikt over een soepele, doorzichtige en niet corrupte administratie (Forumverslag, CRB, 1993).

Oost-Europa

Het laag loonniveau en privatiseringen bewogen de Belgische ondernemingen om in Oost-Europa te gaan produceren. De meeste productie in Oost-Europa gebeurde onder de vorm van loonwerk. Dit werd gemotiveerd door de vrees voor de terugkeer van het communisme en de verwachting dat lonen in Oost-Europa relatief snel zouden stijgen. Een politieke onstabiele situatie en georganiseerde misdaad waren dan weer de andere kant van de medaille (DEGROOT f., 1995-1996, blz. 82).

Vooraf Polen en Hongarije zijn erg populair binnen de Oostbloklanden. Redenen hiervoor zijn de rijke textieltradities van deze landen, de aanwezigheid van gemotiveerde mensen én de markt zelf die nog kan veroverd worden. We kunnen immers spreken van ‘booming markets’(FET, 31 mei 1994).

“Het productievolume speelt ook een grote rol in de keuze van het land waarnaar men wil uitweiden. Hoe groter het productievolume hoe verder men wegtrekt (gesprek met de heer Van de Weghe, 16 maart 2004, Gavere)”.

3.5 Gevolgen van de delocalisatiegolven voor ons land

Door de delocalisatiegolven verdwijnen steeds meer activiteiten in de textiel- en confectienijverheid in de rijke landen. Voor die regio's die zwaar getroffen zijn door werkloosheid voeren de Europese Unie en haar lidstaten een beleid dat investeerders moet aantrekken. De belangrijkste troeven die dit beleid te bieden heeft zijn verminderde loonkosten, belastingsvoordelen en vestigingspremies. Dit kan van groot belang zijn voor de investeerders die op zoek zijn naar een productiemogelijkheid in de nabijheid van hun afzetgebied. Zowel het verlangen om exclusieve of trendgevoelige kleding te produceren of om volgens het Just-in-Time-principe te produceren kunnen hierin meespelen. Door de

nabijheid kan men de productie- en leveringstermijnen beter in de hand houden dan bij verre delocalisaties (CRABBE C. et al.,1999).

De creatie, het versnijden, de marketing en de distributie gebeuren meestal nog in België. Service verlenen aan de klanten en nieuwe tendensen uittesten is onze taak.

Uit de Creamoda enquête blijkt dat niet het volledige productieproces naar het buitenland verhuist. De ontwerp en creatiefase blijven in België. De snijafdeling verhuist de laatste jaren meer en meer naar het buitenland. De grootste groep behoudt haar stikafdeling en finishingafdeling gedeeltelijk in België, doch daalde dit percentage tussen 1998 en 2000 (Creamoda, intern document, deel 3, 2003). De knowhow blijft in België.

In de enquête van Creamoda deed men ook onderzoek naar de meest voorkomende problemen bij delocalisatie. Hieronder volgt een opsomming volgens belangrijkheid en in de tabel een overzicht volgens de regionale verschillen.

- 1 kwaliteit en kwaliteitscontrole
- 2 administratieve formaliteiten
- 3 leveringstermijn
- 4 doorlooptijden
- 5 personeel
- 6 communicatie
- 7 transport

Noord-Afrika	Oost-Europa	Zuidoost -Azië	Europese Unie
1	1	3	3
2	2	1	1
4	5	6	7

tabel 17: Regionale nuancerings van delocalisatieproblemen

bron: Creamoda, intern document, deel 3, 2003

Ons land bezit vele troeven. Het is dan ook een must dat ze deze in de toekomst uitspeelt om zich te verdedigen in de mondiale concurrentie. België kan terugvallen op een vlugge responstijd, kwalitatieve producten, hoge productiviteit en creativiteit, nabijheid van de markt en groot ontwerp en commercialisatietalent (Creamoda, intern document, deel3, 2003).

In het interview met de heer Van de Weghe werd gepolst naar de voor- en nadelen van de delocalisatie van zijn onderneming naar Bulgarije. De grootste voordelen lagen vooral in het

prijscapetitiever worden, wat de concurrentiepositie verbetert en in de kortere termijn om investeringen terug te winnen. Nadelen worden vooral ondervonden bij de wetgeving die achterop loopt, de zwakke infrastructuur en het feit dat men eventueel moet verhuizen.

Hoofdstuk 4: Rol van de overheid

4.1 Historisch overzicht

“In de jaren zestig en begin de jaren zeventig voerde de regering een expansiepolitiek. Deze politiek was meer gericht op economische conjunctuur dan op de structuur van de economie. De jaren zeventig waren gekenmerkt door een defensief industriebeleid, extra aandacht werd besteed aan beheersing en begeleiding van de neergang van de crisissectoren (gesprek met mevrouw Groeninck, 27 april 2004, Brussel)”. De oliecrisissen van de jaren '70 vormden het keerpunt. De economische groei vertraagde. Torenhoge werkloosheid, sociale uitsluiting en armoede maakten een einde aan de euforie van de jaren '60. Ook de overheidsuitgaven voor de sociale welvaart werden beknot.

In de jaren zeventig werd ook België getroffen door de internationale economische crisis en werd afgerekend op de verouderde economie. Een herstructurering van de textiel-, steenkool-, en staalindustrie was hard nodig. Tal van textiel- en confectiebedrijven, die niet konden optornen tegen de opkomst van nieuwe kunstvezels, verdwenen eveneens.

“De overheid probeerde de achteruitgang van sectoren die dreigden te bezwijken onder de druk van internationale competitie tegen te gaan. Deze strategie was gerechtvaardigd vanuit de optiek dat deze sectoren, waaronder ook de textiel- en kledingsector, van groot belang waren voor de werkgelegenheid. In de jaren tachtig voerde men eerder een offensief technologiebeleid. Men probeerde de toekomstige, winnende sectoren op voorhand te selecteren en nieuwe technologieën te stimuleren. Vanaf de jaren negentig werd overgeschakeld op een clusterbeleid dat vertrekt van de specifieke kenmerken van de industriële structuur (gesprek met Mevr. Groeninck, 27 april 2004, Brussel)”.

Het textielplan

In 1982 was er de oprichting van de Nationale Maatschappij voor de herstructurering van de Confectie- en Textielnijverheid (N.M.C.T.), deze maatschappij ontstond als dochteronderneming van wat in die tijd nog de N.I.M.(Nationale Investerings Maatschappij)

genoemd werd en het I.T.C.B.(Instituut voor Textiel en Confectie van België). Samen met deze oprichting startte in ons land het textielplan (BATAILLE M., 1989, blz. 53-80).

“Na de sterke crisis eind de jaren 70 heeft het textielplan van de jaren 80 de sector opnieuw op een Europees peil kunnen tillen. In 1982 (K.B. van 23 maart 1982) zette de Belgische regering het textielplan op sporen (ALLAERT G., 1999, blz. 288)”.

In verband met de confectie werden drie doelstellingen geformuleerd. De eerste was een volume doelstelling. Deze had betrekking tot het halen van een bepaald aandeel in de Europese productie en was uitgedrukt in een absoluut productievolume. Een tweede doelstelling was van sociale aard. Er moest een minimum tewerkstellingspeil en begeleidende sociale maatregelen worden opgesteld. Ten derde was er ook een financieel luik. Aandacht moest worden besteed aan de financiële structuur en de rentedekking van de ondernemingen.

De N.M.C.T. nam participaties in een 170-tal Vlaamse ondernemingen, wat de investeringen moest stimuleren. Ze organiseerde ook opleidingen voor scholing en omvorming. Er werden coöperatieven opgezet om computergestuurde programma's en technieken te delen onder een aantal bedrijven. Deze technieken waren te duur om als KMO aan te schaffen. De bekendste maatregel was het opzetten van de promotiecampagne 'Mode, Dit is Belgisch'. Het ging om een project om het imago van de sector op te krikken (BATAILLE M., 1989, blz. 53-80).

Tien jaar na de opstart was het budget opgesoupeerd en werden het Textielplan en het ITCB ten grave gedragen. Nog eens tien jaar later is de textielsector nog altijd een zorgenkind. De bedrijven kreunen onder de zwakke conjunctuur en de bikkelharde concurrentie uit de lageloonlanden. De overplaatsing van de productie naar het buitenland blijft duren. In 2000 liep de binnenlandse productie met 11 procent terug, in 2002 noteerde men nog eens daling van 15 procent. Twintig jaar na het opstarten van het Textielplan blijken de grootste problemen zich voor te doen bij de bedrijven die de zwaarste cheques incasseerden. En de mooiste succesverhalen groeiden uit de minibedrijfjes die toen helemaal in de kou bleven staan. An Demeulemeester en Dries van Noten staan vandaag beiden aan het hoofd van een bedrijf met ruim 25 miljoen euro omzet. En nochtans zonder steun van het textielplan (FET, 13 september 2003).

Maribel en het globaal plan

De gevolgen van het Globaal plan van de regering Dehaene vielen positief uit voor de Vlaamse confectienijverheid. In 1994 daalde de loonkost met 2,41 %. Tussen 1994 en 1996 werd een loonstop afgekondigd, bovendien vertraagde de gezondheidsindex het

indexeringsritme, zodat er in 1994 geen indexering kwam en er in 1995 slechts één indexering plaatsvond.

Maribel ter, dat tot stand was gekomen om specifieke voordelen te verlenen aan bedrijven in exportgerichte sectoren, had een bijkomende loonkostvermindering van 1% als resultaat.

De kleding- en confectiesector kon eveneens genieten van een extra besparing door de bijdragevermindering voor lage lonen (DEGROOT F., 1996, blz. 21).

De balans van deze maatregelen was een totale loonkostendaling van 4 tot 5 %. Het was een stap in de goede richting om onze concurrentiepositie op te krikken.

De Multi-vezel akkoorden

Textiel en confectie zijn nog steeds de meest systematisch en volledig beschermde sectoren in de wereld. Dit unieke kader van bescherming ontstond in de late jaren 50, regimes die beperkingen oplegden en bescherming boden aan producenten doken meer en meer op, dit was een gevolg van de succesvolle tariefonderhandelingen na de wereldoorlog. In '74 werd voor het eerst een multi-vezel akkoord afgesloten als onderdeel van de GATT (General Agreement on Tariffs and Trade). De GATT heeft als doelstelling de algemene verlaging van zowel tarifaire als niet tarifaire handelsbelemmeringen. Het eerste grondstoffenakkoord moest de uitvoer van Aziatische textielproducten aan beperkingen onderwerpen (CLINE W.R., 1987, blz. 145).

In de Uruguay Ronde van de GATT werd overeengekomen om vanaf 1 januari 2005 de Multi-vezel akkoorden af te bouwen en uiteindelijk laten uitdoven. Deze vrijmaking van de wereldhandel moet leiden tot een verhoogde invoer (DEGROOT F., 1996, blz. 22).

Rond de jaren negentig kwamen clusters enorm op. In 1993 werden er een aantal pilootclusters gedefinieerd, waaronder de cluster textielmachines-textiel-confectie. De Bresson beschrijft de noodzaak aan een netwerkeconomie om te kunnen innoveren. “In de klassieke economische visie op groei, productiviteit en innovatie wordt vooral aandacht besteed aan de capaciteiten van de bedrijven afzonderlijk, op vlak van competitiviteit en innovatievermogen. De moderne innovatietheorie legt de nadruk op interorganisatorische kenniscreatie als bron van innovatie. Bedrijven zijn weliswaar de centrale actoren in het innovatiegebeuren, maar zij innoveren zelden alleen. Innovatie gebeurt meer en meer in netwerken van complementaire bedrijven (De Bresson, 1999)”.

Het ontstaan van deze pilootcluster van textiel valt samen met een periode van acute financiële problemen van belangrijke bedrijven waardoor de Vlaamse overheid via haar clusterbeleid ondersteuning kon bieden. Clustersteun mag wel niet gelijkgesteld worden aan herstructureringsubsidies uit het verleden. We werken hier in de context van vernieuwingsgerichte programma's en gezamenlijk onderzoek (DEBACKERE K., et al., 2000).

4.2 overheidsinstrumentarium vandaag

Enkele dagen na de verkiezingen van 2003 toetste het VEV (Vlaams Economisch Verbond) het nieuwe regeerakkoord aan de noden van de ondernemingen in Vlaanderen. Hieronder worden enkele resultaten opgesomd (VEV, 9 juli 2003).

haalbare lasten op werk en onderneming:

De VEV vroeg een lastenverlaging van minstens 1,4 miljard euro. Voor 2003 daalden de werkgeverslasten met 0,8 miljard euro, voor 2004 is slechts 0,4 miljard euro voorzien. Dit is onvoldoende. De lastenverlaging is ook nog eens selectief en in plaats van lineair. Verlaging van de vennootschapsbelasting of verschuiving van de belasting van arbeid naar consument werden niet voorzien in het regeerakkoord.

betaalbaar loon naar werken:

Er werd een loonontwikkeling gevraagd in functie van de geleverde prestaties en de omliggende regio's en landen. In het regeerakkoord werd hierover niets teruggevonden.

eigentijdse sociale wetten:

Werkgevers en werknemers moeten hun arbeidsrelatie gemakkelijker en vrijer kunnen afstemmen op hun flexibele behoeften. Er is sprake in het regeerakkoord van harmonisering van de statuten van werkenden. Dit betreft arbeiders, bedienden, zelfstandigen, ambtenaren,... Over vereenvoudiging van de sociale statuten werd niet gesproken.

administratie, van last naar steun:

Er was een vraag tot vermindering van de administratieve overlast tot 25 %. E-government wordt uitgebreid met 'tax on web'. Starters zullen minder administratie hebben, maar verder zijn er geen fundamentele wijzigingen.

niet bang zijn van energie:

Men wou dat de regering terugkwam op de beslissing om uit kernenergie te stappen. De regering heeft hier echter niet op ingegaan. De maatregelen in verband met Kyoto zijn wel hoopvol.

sterk bestuur op maat van de regio's:

Samenvoeging van de beleidsinstrumenten inzake fiscaliteit, werkgelegenheid, mobiliteit, wetenschappelijk onderzoek, sociale zekerheid en sociaal overleg in homogene bevoegdheden. Hieraan werd geen aandacht besteed in het regeerakkoord van 2003.

De textiel- en kledingsector heeft een aantal specifieke 'eisen' naar de overheid toe.

“Vooreerst vragen we een drastische verlaging van de loonkosten. Vooral de confectiesector is enorm arbeidsintensief, een verlaging van de arbeidskosten is dan ook noodzakelijk wil men in de internationale handel blijven meedraaien. Ten tweede zouden we graag besparingen zien en/of een alternatieve financiering van de sociale zekerheid. De werkgeversorganisaties Febeltex en Creamoda pleiten ervoor dat de sociale lasten verlaagd worden, dit zou de tewerkstelling tegoed komen. Een derde punt dat aandacht verdient is het muntbeleid. Febeltex en Creamoda vragen dat de overheid meer rekening zou houden met de exportgerichte sectoren die belang hebben bij een stabiel muntbeleid (gesprek met de heer Quix, 24 februari 2004, Brussel)”.

Hierbij moet ook het probleem van illegale arbeid vermeld worden. “Vorig jaar nog raakte mijn bedrijf een grote bestelling van 10.000 stuks kwijt doordat een klant bij de ‘concurrentie’ bestelde. Rond het Brusselse bevinden zich een aantal ateliers die het niet nauw nemen met de wetten omtrent tewerkstelling. Ze betalen hun personeel een karig loon en ‘vergeten’ hun sociale bijdragen te storten. Als onderneming die de regels volgt kunnen wij hier niet concurreren met de prijzen die deze ateliers aanbieden. Het is wenselijk dat dit illegaal circuit harder wordt aangepakt (gesprek met de heer Huygens, 5 december 2003, Affligem)”. Het illegale circuit zorgt voor concurrentievervalsingen in binnen- en buitenland en situeert zich voornamelijk in Noord-Frankrijk en steden als Amsterdam, Londen en Brussel. De veel lagere arbeidskosten zorgen ervoor dat de illegale ateliers de prijzen van de andere ateliers makkelijk kunnen onderbieden. Bovendien maken deze illegale ateliers frequent gebruik van illegaal in het land verblijvende arbeidsters die in erbarmelijke omstandigheden tewerkgesteld worden.

Een hongerloon wordt uitbetaald en sociale bijdragen worden niet gestort. Op deze manier komen hun kosten op het niveau van de Oosteuropese landen te liggen.

“De textielsector is heel belangrijk voor Vlaanderen. De globalisering zorgt voor de nodige aanpassingen bij de bedrijven, sommige bedrijven weten echter al goed te anticiperen op de kansen die de internationalisering hen biedt. De Vlaamse regering heeft besloten af te stappen van een sectoraal beleid en een eerder flankerend beleid te voeren. Dit flankerend beleid biedt ondermeer advies- en groeipremies, opleidingscheques en ecologische steun voor alle sectoren. Op de ondernemingsconferentie werd bovendien beslist meer aandacht te besteden aan de kostenstructuur van de bedrijven die in de internationale competitieve context moeten opereren. We gaan bijvoorbeeld hun energiefacturen grondig bestuderen. Tenslotte is er ook de excellentiepool voor design en creativiteit. Deze pool moet de bedrijven verlossen van de prijzencompetitie en oriënteren naar kwalitatieve concurrentie. De kansen van Vlaamse textielsector liggen bij deze kwalitatieve concurrentie (Minister CEYSSENS P., 7 januari 2004)”.

Op 10 oktober 2003 hield de federale regering een grootschalige werkgelegenheidsconferentie. We vermelden de elementen die het meest relevant zijn voor de textiel- en kledingsector.

minder lasten op arbeid in doelgroep van lage lonen:

De grens tot waar er een verhoogde structurele lastenverlaging voor lage lonen wordt toegekend zal verhoogd worden van 1.738 euro bruto per maand tot 1.956,6 euro. Febeltex schat dat dit zal leiden tot ongeveer 40 % meer arbeiders.

minder lasten op arbeid via lineaire maatregel:

Vanaf 1 januari 2004 zou de structurele lastenverlaging voor iedereen 381,33 % per trimester worden, dit zal worden verhoogd tot 400 euro per trimester.

minder lasten op arbeid door partiële herplafonering voor hogere lonen:

Vanaf 1 januari 2005 zal de patronale sociale zekerheidsbijdrage met 6 procentpunt verminderd worden voor de schijf boven de 12.000 euro bruto per trimester. Vanaf 1 januari 2004 wordt dit 1,73 procentpunt.

kostenvermindering in de doelgroep van ploegenarbeid:

Door de perikelen met Ford Genk wordt er gewerkt aan een maatregel die de kost voor ploegenarbeid moet verminderen. Hoe en wat is nog niet beslist, wel wordt gevraagd dat ook rekening gehouden zal worden met nachtarbeid en weekendploegen.

minder lasten op arbeid bij onvolledige prestaties:

Een werknemer moest tot 1 april 2004 een minimale prestatiegrens van 33 % per kwartaal bereiken opdat de werkgever een structurele lastenverlaging zou kunnen genieten. Deze prestatiegrens valt nu weg voor arbeidsovereenkomsten die minstens halftijds zijn.

vereenvoudiging van de startbaanverplichtingen:

De doelgroep wordt nu uniform vastgelegd op jongeren tot en met 25 jaar.

herstructurering en herplaatsing:

De is een experimentele drievoudige maatregel. Ten eerste zal de werkgever op een tot 1800 euro geplafonneerde terugbetaling van de kosten van outplacement kunnen rekenen. Ten tweede krijgt de werknemer de eerste maanden van zijn werkhervatting een vermindering op de persoonlijke RSZ-bijdrage. Op de derde plaats zal ook de nieuwe werkgever een bijdragevermindering te beurt vallen.

vorming en opleiding:

Er komen initiatieven om de administratieve verplichtingen van inzake educatief verlof en de sociale balans te vereenvoudigen.

“De werkgelegenheidsconferentie van de federale overheid was een relatief succes voor de textielsector. De overheid beloofde een lastenverlaging van 400 miljoen euro en later nog eens een verlaging van 500 miljoen euro. Deze lastenverlaging is deels van toepassing op ploegenarbeid en ook een deel op de midden en lagere inkomens, allebei kenmerken van de textielsector. Toch blijkt de huidige regering moeilijk te bewegen tot inspanningen voor bedrijven (gesprek met de heer Quix, 24 februari 2003, Brussel)”.

Overheidsopdrachten worden de dag van vandaag gelukkig niet louter meer toegekend aan het bedrijf dat de laagste prijs biedt. Indien dit nog steeds het geval zou zijn, zouden onze Belgische bedrijven het moeilijk hebben om te concurreren tegen hun collega's uit niet EU-

landen. Naast de prijs wordt ook aan leveringstermijn, kwaliteit, technische waarde, dienst na verkoop en ander criteria een gewicht toegekend (Nieuwsbrief FEBELTEX, 9 februari 2004).

In het verleden waren alle participaties in en vorderingen op de textielondernemingen in handen van de Nationale Maatschappij voor de Nationale Sectoren en later van de GIMV en Gimvindus. In 2003 werden alle participaties en vorderingen overgenomen door Textiel Vlaanderen. Textiel Vlaanderen is een risicokapitaalverschaffer toegespitst op de Vlaamse textielsector. Na deze hele levensloop resulteert Textiel Vlaanderen nu in een jarenlange sectorervaring en specifieke knowhow. Voor de creatie van aandeelhouderswaarde focust de onderneming zich in haar strategie op drie specifieke doelstellingen:

- stroomlijnen van de portefeuille
- herdefiniëren
- analyseren van nieuwe opportuniteiten

Bij de stroomlijning van de portefeuille worden samenwerkingsverbanden tussen ondernemingen in een zelfde niche geïnitieerd. Deze samenwerkingsverbanden leveren ofwel commercieel ofwel inzake ‘upgrading’ van producten een bijzondere toegevoegde waarde. Met herdefiniëring bedoelt men de herstructurering van ondernemingen met het oog op behoud van hun aantrekkelijkheid. De analyse van nieuwe opportuniteiten betreft de analyse van specifieke technologische knowhow die aanleiding kan geven tot een extra groeiimpuls (VAN MECHELEN D., 2003, blz. 30).

4.3 Internationale initiatieven

In het buitenland zijn ook tal van initiatieven ontstaan om de bedrijven in de textiel- en kledingsector te begeleiden in haar activiteiten.

Schone Kleren campagne (SKC)

De Schone Kleren Campagne wil de werkvoorwaarden verbeteren in de mondiale kledingindustrie. De campagne startte in 1990 in Nederland, later kreeg ze bijval in België, Frankrijk, Duitsland, Verenigd Koninkrijk en meer recent ook in Amerika, Canada en Australië. In samenwerking met de secretariaten van de internationale vakbonden en andere NGO's stelde de Europese Schone Kleren Campagne de ‘code of conduct for the garments and sportswear (including shoes) industry’ op. Dit is een voor de kledingindustrie en sportkledingsector (inclusief schoenen) opgestelde gedragscode. BIJLAGE 1

International Confederation of free trade unions (ICFTU)

Deze basiscode voor arbeidsomstandigheden werd in 1997 door de ICFTU goedgekeurd. De code werd gezien als de benchmark waarnaar vakbonden en NGO's kunnen verwijzen.

BIJLAGE 2

Apparel Industry Partnership (AIP)

Ook het Witte Huis in de Verenigde Staten richtte in 1996 een coalitie van industrie, consumentengroeperingen, mensenrechtenorganisaties en vakbonden op. Dit 'Apparel Industry Partnership' stelde ook een gedragscode op. BIJLAGE 3

Ethical Trade Initiative (ETI)

Bij de Britse regering namen het 'Department for International Development' en het 'Department for Trade and Industry' samen het 'Ethical trade Initiative'. ETI is samengesteld uit NGO's, bedrijven en vakbonden, ter bevordering van monitoring technieken en het promoten van een goede implementatie van gedragscodes. Dit vooral voor de Britse bedrijven in de sectoren van voeding, kleding en schoenen en huishoudelijke producten. BIJLAGE 4

Inhoudelijk vertonen de initiatieven van derden grote overeenkomsten. Wat belangrijk is, is dat de codes gebaseerd zijn op overleg tussen de verschillende belanghebbenden. Bedrijven zijn bereid samen te werken met deze initiatieven, gezien ze geloofwaardig overkomen bij de consumenten (Een integrale benadering...,2000).

Hoofdstuk 5 : Imago van de Belgische mode in binnen- en buitenland

5.1 Hoe België op de kaart kwam te staan

Ons land heeft een hele weg afgelegd als het op imago van haar modehuizen aankomt. Eind de jaren 70 bevond de hele Belgische kledingsector zich in een diepe malaise. Degelijke, maar overwegend onmodieuze kleding werd geproduceerd, het ontbrak de producenten aan een groot pak creativiteit. Begin de jaren 80 werd het textielplan door de regering in werking

gezet. Een van de betrachtingen van dit textielplan was het omschakelen van een ingeslapen naar een sterk creatieve mode-industrie. Net op dat moment kwamen de ‘zes van Antwerpen’, de sector kende grote veranderingen. Onze Belgische textielproducten kregen internationale erkenning. Toch worstelen de klassieke Belgische merken nog steeds met het probleem om voet aan wal te krijgen in het buitenland.

Rond 1900 hadden de Franse ontwerpers een grote invloed op welke kleding geproduceerd en verkocht werd in de Verenigde Staten. Amerikaanse producenten toonden hun bewondering voor de Franse haute couturehuizen door het recht te verwerven om hun kleding exact te kopiëren. Rond de jaren 1960 verminderde het prestige van de couturehuizen in Parijs. Zowel de ontwerpers uit Frankrijk als uit andere landen begonnen zich toe te leggen op ‘prêt-à-porter’ kleding. Ontwerpers uit verschillende landen werden internationaal bekend. De uitwisseling vandaag van technologische, economische en sociale ideeën tussen verschillende landen maakt van de kledingindustrie vandaag de dag een internationaal gebeuren (EASTERLING C.R., JERNIGAN M.H., 1990).

Het was vooral in de wereldsteden dat de modecentra gelegen waren, met Parijs op kop. Ook steden als New York en Milaan worden in één adem met mode genoemd. Alleen België werd niet vlug met mode geassocieerd. Helena Ravijst bracht daar verandering in toen ze in het kader van het textielplan ‘Mode dit is Belgisch’ oprichtte. Haar passie voor het aanmoedigen van nieuw talent werd vertaald in het tot leven brengen van een kledingaward, de Gouden Spoel. Deze twee initiatieven waren een grote stap in de bekendmaking van de Belgische modesector (DERIJCKE L., VAN DE VEIRE S., 1999, blz. 10).

Antwerpen is het Mekka van onze Belgische modeontwerpers. Het begon allemaal toen Dries Van Noten, Walter Van Beirendonck, Dirk Van Saene, Dirk Bikkembergs, Marina Yee en Ann Demeulemeester afstudeerden aan de Antwerpse Academie voor Schone Kunsten. De ‘zes van Antwerpen’ trokken samen naar Londen om deel te nemen aan het internationale modesalon de ‘British Designer Show’ en werden er dé revelatie. Tien jaar later staat een nieuwe generatie klaar, met Raf Simons, A&F Vandervorst, Veronique Branquino en vele anderen is de opvolging verzekerd. De specifieke aanpak wat ontwerp, knowhow en eindcontrole betreft en hun onmiskenbare talent zorgen ervoor dat de Belgische ontwerpers enorm populair zijn in de nationale en internationale modewereld (Modenet, 3 december 2003). Deze omwenteling door de Belgische ontwerpers maakte van het begrip Mode een individueel begrip. De mens met haar verschillende facetten werd een terugkerend motief in

de Belgische mode. De slogan ‘Mode dit is Belgisch’ werd stilaan vervangen door een eenvoudige verwijzing naar het land van herkomst (DERIJCKE L., VAN DE VEIRE S., 1999, blz. 11). België stond op de kaart. Belgische mode werd internationaal gevolgd, gekocht en bewonderd.

De samenwerking tussen de Belgische fabrikanten en ontwerpers liep niet steeds even vlot. Veel fabrikanten stonden niet open voor nieuwe dingen en waren te conservatief, bovendien waren ze niet happig om in kleine series te produceren. De modeontwerpers startten moeizaam hun eigen bedrijfjes, hulp voor de financiering en productie was schaars (CLICKE B., 1998, blz. 88). In de jaren 80 liep de samenwerking tussen de industrie en de ontwerpersmode heel vlot. Vandaag ligt dat een stuk moeilijker. “Een sterk idee wordt nu veel vlugger geconsumeerd, opgebrand. (VANBEIRENDONCK W., DERYCKE L., 2001, blz. 11)”.

In navolging van de Katoennatie werd de Modenatie opgericht. Een naamloze vennootschap werd opgericht om het gebouw in de Nationalestraat in Antwerpen te financieren. Het geheel wordt overkoepeld door het FFI, het Flanders Fashion Institute. In de Modenatie is niet alleen het FFI gehuisvest, er is ook plaats gemaakt voor het Forum (het communicatieplatform van het FFI), het Modemuseum (gefinancierd door de provincie) en voor de Modeacademie (gefinancierd door de Vlaamse Gemeenschap). Dit alles is slechts mogelijk door de steun die ontvangen wordt van de Vlaamse overheid en sponsoring door Fortis.

Volgens de voorzitter van het FFI, Mevr. Wivina DEMEESTER is het FFI er om mode als cultuurdrager te presenteren. Haar voornaamste opdracht ligt bij het ondersteunen van jonge ontwerpers.

EROV (Economische Raad voor Oost-Vlaanderen) startte een actie op om de Oost-Vlaamse textielsector te promoten. Na de uitvoering van de studie ‘De textielnijverheid in Oost-Vlaanderen’ wou men het imago van de sector helpen verbeteren. Verschillende acties werden op touw gezet. In maart 2003 organiseerde EROV de textieltoeren. Die hadden tot doel de beleidsverantwoordelijken te sensibiliseren voor de troeven en problemen van de sector. Door de grote belangstelling werden de textieltoeren in 2004 overgedaan. Een tweede actie had betrekking op het lager onderwijs, aan hen werd een educatief pakket aangeboden om de kinderen enthousiast te maken over de sector. Tenslotte werden een aantal textieltentoonstellingen georganiseerd, ‘X-Stream Textiles’ en Textiel Hightech’ kenden een groot succes (De textielnijverheid in ..., 2003).

5.2 Nationale en internationale klantenbinding

Vandaag de dag proberen vele buitenlandse modehuizen hun bekendheid te vergroten door afgeleide producten op de markt te brengen zoals parfums en handtassen. De Belgische modehuizen doen niet mee aan deze strategie. Ze willen dat hun producten gekocht worden omwille van het uniek vakmanschap waarmee ze gemaakt worden en niet omwille van het merk. De Belgen laten hun collecties nog voor het grootste deel in eigen land produceren, al zal dat gezien de hoge loonkosten in de toekomst niet evident zijn (Modenet, 2004).

Kenmerkend voor de Belgische ontwerpers is verder dat ze uit enorme passie voor de mode werken, onafhankelijk van de modeconcerns en grote geldschieters. Vanuit deze levenswijze en ver weg van de wereld die draait om marketing, slagen ze er jaar na jaar in collecties te ontwerpen die de internationale pers halen (WINDELS V., 2001, blz. 7).

De Belgische markt kent amper internationale kledingketens. In het derde deel wordt een case besproken over E5-mode, deze onderneming met grootwinkels heeft enkele winkels in Litouwen en Wit-Rusland, maar van een heuse internationale winkelketen kunnen we niet spreken. De laatste jaren zijn het vooral Zweedse en Spaanse ketens die ons land veroveren. Deze ketens die onze markt overspoelen zijn goed georganiseerd en kunnen een bedreiging vormen voor de vele onafhankelijke boetieks in ons land.

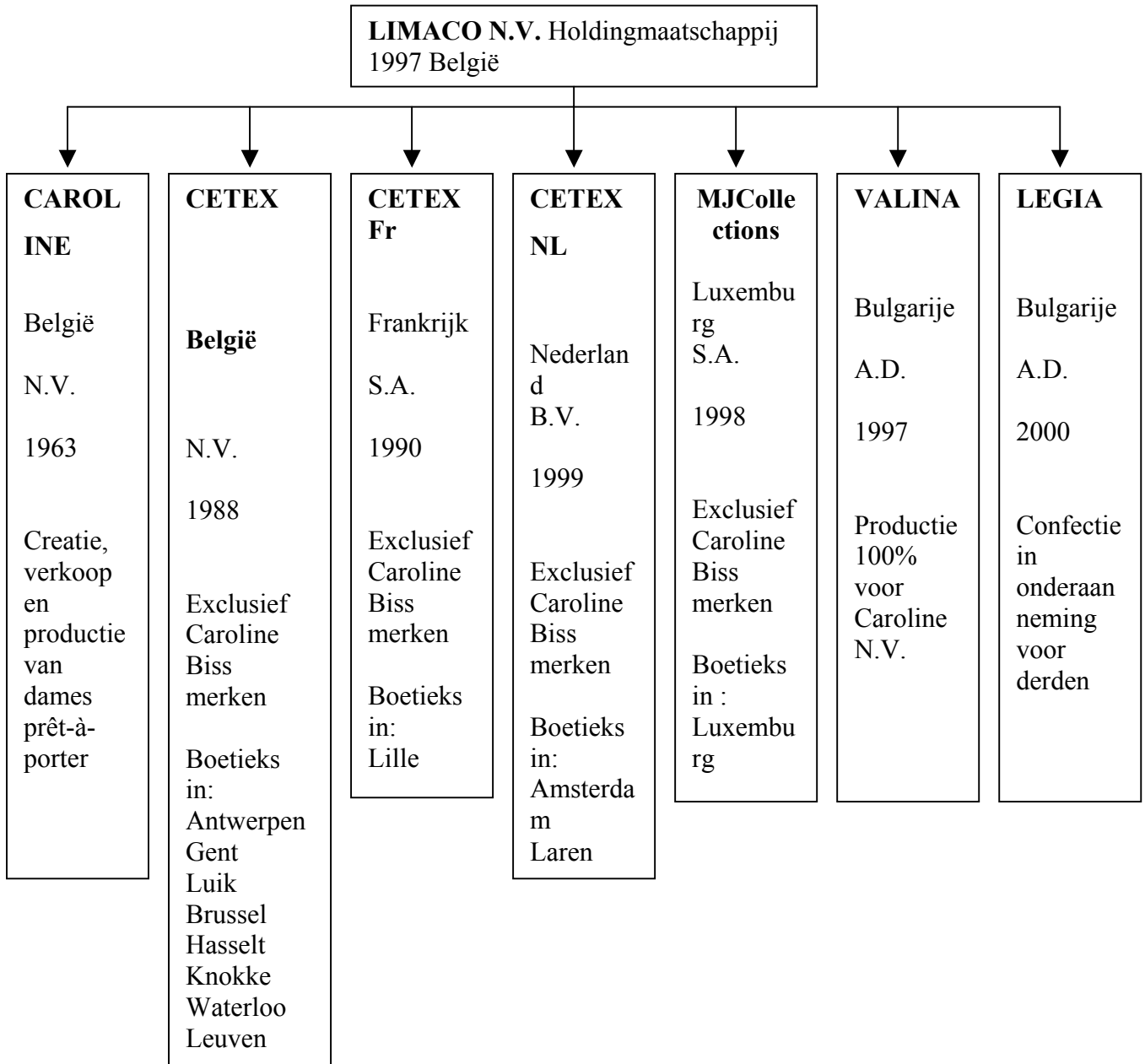
Onder de grote ontwerpers staan in ons land een hele reeks van producenten van klassieke, degelijke basismerken. Merken als River Woods, Mer du Nord, Scapa, American Outfitters en Caroline Biss, in eigen land immens populair, ondervinden moeilijkheden om zich op de buitenlandse markt te integreren.

“Om bekendheid te verwerven in het buitenland zijn dure publiciteitscampagnes nodig. Geld voor deze campagnes hebben deze klassieke merken niet. De Belgische markt is te klein, zelfs als je marktleider bent in ons land heb je nog té weinig impact. Door delocalisatie van een deel van de productie kan men de variabele kosten in toom houden, maar de andere vaste kosten kunnen alleen dalen als het volume stijgt. Doordat de Belgische merken overwegend in België verkopen is hun oplage te klein, hebben ze een kleinere marge en dus minder budget voor dure campagnes” (gesprek met de heer Saelen, 3 maart 2004, Gent).

DEEL 3: CASESTUDIES

CASE: CAROLINE BISS

Structuur



figuur 5: Structuur van Caroline Biss

bron: intern document Caroline N.V., 2004 (eigen opmaak)

Caroline werd in 1963 opgericht onder het statuut van een BVBA. Door de evoluerende activiteiten en de daarmee samengaannde administratieve en organisatorische behoeften werd de groep uitgebreid met een aantal nieuwe vennootschappen. In 1997 werden deze

vennootschappen ondergebracht in een holding. Hieronder staat een overzicht van de structuur van de holding. De holding bevat ook nog drie onderafdelingen (Immoceel, Immoceel France en Valimmo) die verantwoordelijk zijn voor het beheer van de immobiëlen in respectievelijk België, Frankrijk en Bulgarije, deze onderafdelingen werden echter niet in de figuur opgenomen.

Naast de twaalf monomerkwinkels in België, Frankrijk, Nederland en Luxemburg, wordt het merk Caroline Biss ook verkocht in een 150-tal onafhankelijk boetieks. Het is niet de bedoeling dat dit aantal wordt uitgebreid, men wil eerder een meer intensieve partnership gaan uitbouwen met het bestaande cliënteel. Dit idee wordt ondermeer uitgewerkt door het installeren van corners waardoor de detaillist een completer beeld van de Caroline Biss-wereld kan brengen. Deze twee distributiekkanalen samen vertegenwoordigen 80 % van de totaliteit. Verder werkt het bedrijf ook nog met agenten in Frankrijk, Nederland en het Verenigd Koninkrijk.

Voor de toekomst ziet de groep Limaco een uitbreiding van de site in Lebbeke als een goed georganiseerd distributiecentrum voor de volledige groep als een noodzaak. Hiermee hoopt men op een optimalere werking van de volledige groep, dit moet meer middelen vrijmaken voor de ontwikkeling van haar kernactiviteiten.

Tewerkstelling

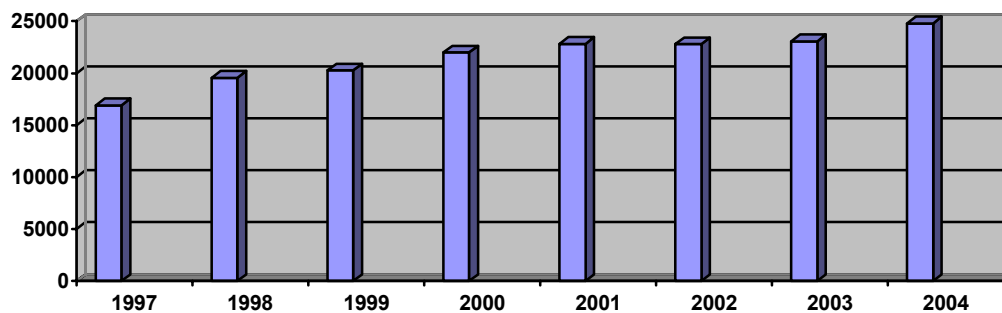
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1.2Limaco	1	8	7	8	6	6	7	6
Caroline	156	150	147	129	111	80	78	78
Cetex	25	31	26	30	30	32	33	40
Cetex Fr	5	6	4	8	6	4	4	4
Cetex NI	0	0	0	3	5	4	7	7
MJ coll.	0	4	4	4	4	4	4	4
Valina	170	179	180	182	192	195	194	195
Legia	0	0	0	350	378	410	413	420
TOTAAL	357	378	368	714	732	735	740	754

tabel 18: Tewerkstelling holding

bron: intern document CAROLINE BISS, 2004

Wanneer we naar de tewerkstelling in de N.V Caroline kijken zien we een scherpe daling, tussen 1997 en 2004 is de tewerkstelling hier gehalveerd. Deze daling is te wijten aan een strategische accentverschuiving binnen de groep. Twee oorzaken liggen hierbij aan de oorsprong. Ten eerste is er de uitbouw geweest van het retailnetwerk, dit werd ondergebracht in verschillende Cetex-entiteiten. Ten tweede is er de sterk uitgebreide productie in Bulgarije. We kunnen dus niet spreken van een reële daling van de tewerkstelling, maar van verschuivingen binnen de verschillende juridische entiteiten binnen de groep. Globaal blijft de groepstewerkstelling sterk groeien. Ook voor de komende vijf jaar verwacht de groep een lichte stijging van de tewerkstelling.

Omzet

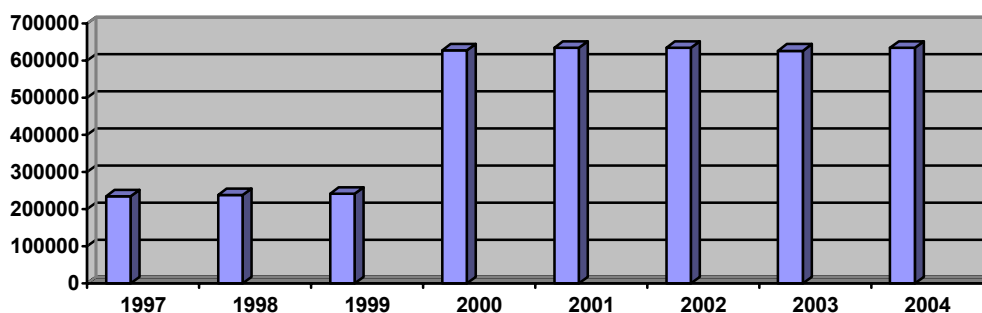


grafiek 9: Omzet van de holding Limaco in '000 euro

bron: intern document CAROLINE BISS, 2004

De omzet steeg de afgelopen acht jaar, enkel in 2001 zien we een lichte daling. Voor de toekomst verwacht men een stijging die in dezelfde lijn ligt van de stijging van het aantal te produceren stuks.

Verhandelde volumes



grafiek 10: Aantal verhandelde stuks

bron: intern document CAROLINE BISS, 2004

De enorme stijging van het aantal verhandelde stuks in 2000 is vooral te wijten aan het opzetten van de afdeling LEGIA in Bulgarije. Deze afdeling produceert in onderaanneming voor derden. Deze toename van het aantal te verhandelen stuks en de toename van het klantenbestand zorgt voor de behoefte aan een beter georganiseerd, centraal distributiecentrum.

De groep verwacht dat het productiecijfer van de productie-eenheid in Lebbeke ongeveer stabiel zal blijven in de toekomst. De groei van de groep zal gerealiseerd worden door loonconfectie.

Klanten

Het klantenbestand van de groep bestaat uit 3 grote groepen.

- multi-merkboetieks in binnen- en buitenland (België, Nederland, Frankrijk, UK, Ierland, Zwitserland, Luxemburg,...)
- winkels in eigen beheer in binnen- en buitenland (België, Nederland, Frankrijk, Luxemburg)
- dames-, jeugd- en kindermerken voor wie de productie in onderaanneming in Bulgarije gedaan wordt.

De Caroline Biss look

De stijl van Caroline Biss kan het best omschreven worden als kledij met een klassieke basis en een modieuze bovenbouw. Trendsetter wil en zal Caroline Biss nooit zijn. De trends mogen nooit overheersen op het imago van het merk. De Caroline Biss-vrouw is een vrij jonge, actieve vrouw die omwille van haar job goed gekleed moet gaan, meestal kaderleden en vrouwen met een vrij beroep. Een andere categorie koopt Caroline Biss voor belangrijke gelegenheden zoals communies en feesten.

Men verwacht bij Caroline Biss een gestage stijging van het klantenbestand. Deze stijging zal gerealiseerd worden door enerzijds bijkomende eigen winkels en anderzijds door de uitbouw van de loonconfectie-activiteit in Bulgarije.

Delocalisatieverhaal

In het prijsniveau waarin Caroline Biss zich bevindt, is het onmogelijk om in België te produceren. In 1992 trok de onderneming naar Portugal. Op dat moment werd 1/3 van de

totale productie daar geproduceerd. Er werkten 50 werknemers in het Portugese atelier. Toen de onderneming er aankwam was de piek er eigenlijk al voorbij. Men begon dus uit te kijken naar een ander land, dat eveneens over een textielgeschiedenis beschikte. Caroline Biss liet haar oog vallen op Bulgarije. De loonkost in Bulgarije bedraagt zo'n 150 euro per maand, in België ligt die zo'n tien keer hoger. De delocalisatie gebeurde stap voor stap. In een eerste stadium liet men daar produceren in loonconfectie. In 1997 ging er een golf van privatisering door Bulgarije en kreeg men de kans om het bedrijf te kopen. Deze kans liet Caroline Biss niet liggen. De zetel van Caroline Biss evolueert van een productiecentrum meer en meer naar een distributiecentrum. Het is de bedoeling op termijn om in Lebbeke enkel nog een team van stylisten, technisch gevormden en personeel voor de verkoop (showroom en registratie) te behouden.

CASE: E5-MODE

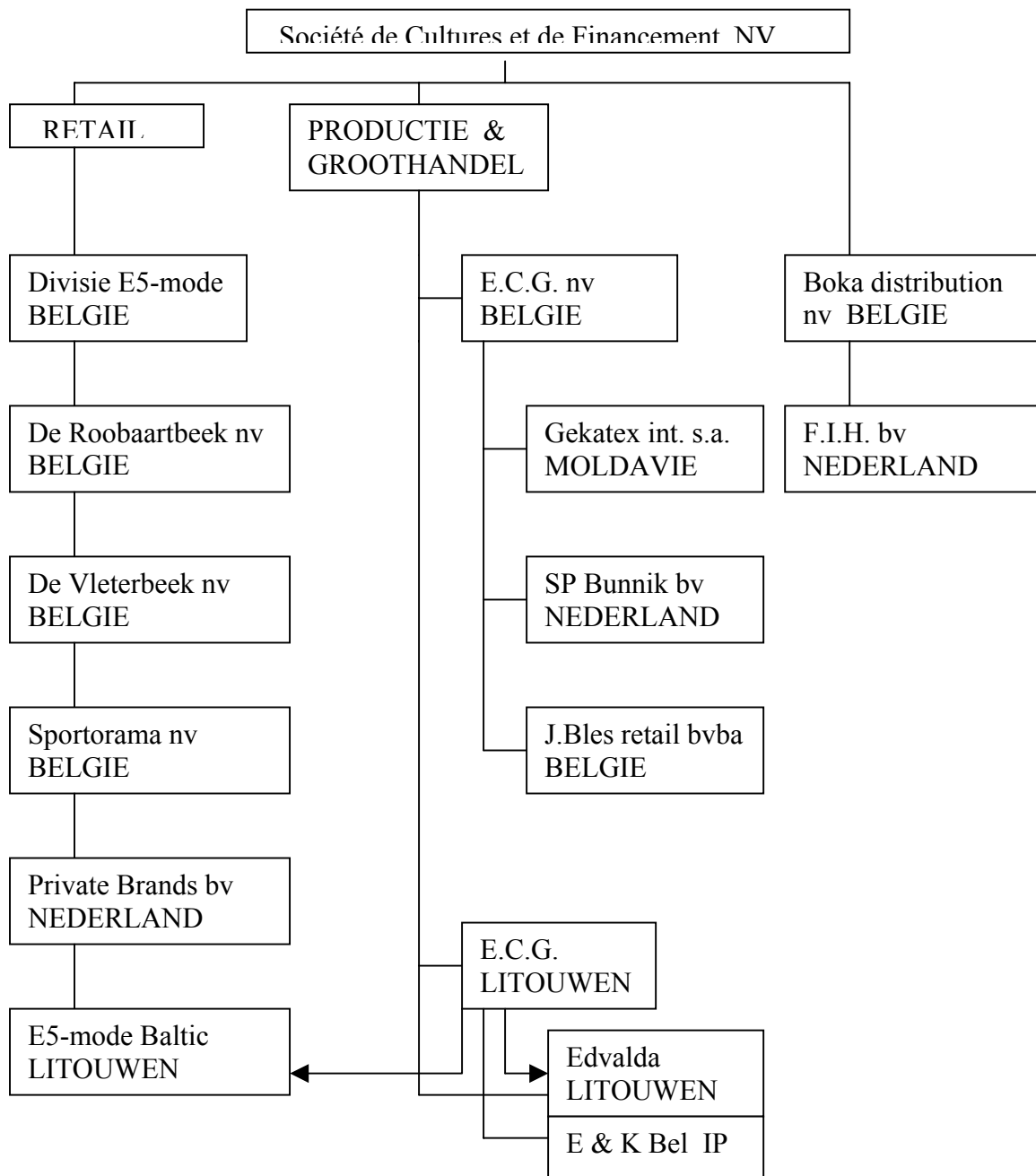
Structuur

In 1979 werd door Etienne Kaesteker een eerste fabriekswinkel geopend aan de toenmalige E5-autosnelweg in Gent. Confectieateliers verkochten er hun overtollige voorraden. Op dat moment werkte men volgens het principe van consignatie. E5-mode betaalde pas aan haar leveranciers als de kleding in de winkel verkocht was. Niet verkochte kleding werd terug naar de leveranciers gestuurd. Vanaf de jaren tachtig veranderde het winkelconcept, de overtollige voorraden verdwenen stapsgewijs en werden vervangen door volwaardige collecties. E5-mode veranderde van een fabriekswinkel in een volwaardige distributieketen. In Sint-Niklaas werd een distributiecentrum opgezet. De groep wou meer bekwaamheid verwerven op gebied van aankoop en sourcing van producten. Daarom investeerde ze vanaf 1993 in een aantal joint-ventures met leveranciers. In 1995 zette de winkelketen de eerste stappen in het buitenland. Frankrijk was als eerste aan de beurt, er werden vijf winkels geopend. Later zou blijken dat dit niet de juiste manier was om een markt te veroveren en schakelde men over op een andere strategie. Vanaf 1998 werkte men niet meer met consignatie, E5-mode kocht het overgrote deel van haar producten zelf aan, ook de joint-ventures met de leveranciers werden afgebouwd. Vandaag is E5-mode uitgegroeid tot een grootboetiek, alle producten worden er onder het huismerk verkocht.

Onderstaande figuur geeft de structuur weer van de holding SCF die zich boven de kledingketen E5-mode bevindt. E5-mode kan opgesplitst worden in twee grote takken. Aan de ene kant hebben we de retailafdeling, E5-mode telt zo'n 69 grootboetiëks. Aan de andere kant legt men zich toe op productie en groothandel, het gaat over ontwerp en productie van kledij voor grote ketens als JBC, Carrefour en E5-mode zelf.

De retail bestaat uit verschillende segmenten. Vooreerst is er de nv Robaartbeek, deze is eigenaar van winkels in Jemeppe-sur-Sambre en Aarschot en bezit ook een aantal gronden die in opstal aan SCF werden gegeven voor winkels in Sint-Truiden, Tienen, Bree en Essen. Ten tweede is er de nv Vleterbeek, de eigenaar van de winkels in Lier, Veurne, Lokeren, Doornik en Denderleeuw en het opleidingscentrum in Sint-Denijs-Westrem. Ze least ook winkels aan E5-mode, onder andere die in Anderlecht en Zaventem. Een derde segment werd in 1984 opgericht door het echtpaar Degrauwe-Landuyt, het gaat over drie sportwinkels gelegen in Moorslede, Ieper en Diksmuide. Een vierde speler in het retailgebeuren is de in 2002 opgerichte joint-venture tussen E5-mode en de Nederlandse retailgroep Brova. Hun doel is het creëren van een beperkte damescollectie voor Brova en E5-mode. In 1997 werd E5-mode Baltic opgericht als joint-venture met de Litouwse partners. Sinds 2001 is E5-mode eigenaar

van alle aandelen. De winkels die hier worden gevestigd liggen in het stadscentrum in tegenstelling tot de Belgische winkels die gevestigd zijn aan grote invalswegen.



figuur 6: Structuur van E5-mode

bron: E5-mode, intern document, eigen opmaak

De andere business unit houdt zich bezig met de styling, verkoop en coördinatie van de productie. Deze business unit kreeg de naam E.C.G., European Clothing Group, zowel voor haar vestiging in België als in Litouwen. Er bestaan samenwerkingsakkoorden met ongeveer tachtig ateliers in Litouwen en Wit-Rusland. Het productieatelier Gekatex Int. sa in Moldavië

is het enige eigen productieatelier. Het Nederlandse SP Bunnik is verantwoordelijk voor de verkoop van de Sophie-Pigozzi-collectie. In 2003 werd E & K Bel IP opgericht om loonwerk te kunnen verrichten in Wit-Rusland.

In de ontwerpafdeling van E.C.G. wordt kleding gemaakt die nadien door grote kleding- of hypermarktketens onder hun eigen huismerk verkocht. ECG produceert onder andere voor JBC, Carrefour, Makro en Promo Fashion. 55 % van deze productie is bestemd voor de Belgische markt, de rest van de productie wordt verspreid over Nederland, Frankrijk, Duitsland en Verenigd Koninkrijk. In de CMT-afdeling waar cutting, making en trimming gebeurt handelt ECG enkel nog als bemiddelaar. Stof, knopen, ritsen en patronen worden door de klant geleverd, ECG doet de productie. Belangrijke klanten zijn Mayerline, Tommy Hilfiger en Polo Ralph Lauren.

Voor de toekomst wil men deze CMT-afdeling verder uitbouwen. De rest van de productie zoals deze voor E5-mode zelf zal verhuizen van Litouwen naar Wit-Rusland. Loonkosten liggen 35 % lager in Wit-Rusland dan in Litouwen.

Tewerkstelling

Op 28 februari 2003 werkten 1072 medewerkers bij de holding, daarvan werkten 487 mensen in België, of zo'n 45 %. In de retail business unit werkt het personeel dat voor SCF de E5-mode-winkels uitbaat, het personeel van E5-mode Baltic dat in de winkels in Litouwen werkt en het personeel van Sportorama. Het totale aantal werknemers van deze business unit lag in 2003 op 483 mensen. De business unit productie en groothandel telt 587 werknemers.

Klanten

Een op vier Belgische gezinnen is klant bij E5-mode. De winkelketen focust zich op het middensegment van de markt. Door nauwe samenwerking met een beperkt aantal leveranciers kan de winkelketen haar kleding tegen een goede prijs-kwaliteitverhouding aanbieden.

Om nog meer aan de eisen van haar klanten tegemoet te komen liggen de winkels aan belangrijke invalswegen. Er werd gelet op een vlotte bereikbaarheid en parkeergelegenheid. In 2000 werd bovendien een nieuw shoppingconcept gelanceerd voor een prettige winkelsfeer in een aangenaam interieur.

Het uitbouwen van een langetermijnrelatie met haar bestaande klanten is de strategie voor de toekomst. In 2001 wijzigde E5-mode van productreclame naar conceptreclame. Zo wordt acht maal per jaar een lifestylemagazine uitgegeven, het blad heeft een oplage van gemiddeld 55

0000 exemplaren. De klantenbinding wordt ook in de hand gewerkt door het gebruik van klantenkaarten, dit laat de keten toe het profiel van haar klanten beter te leren kennen.

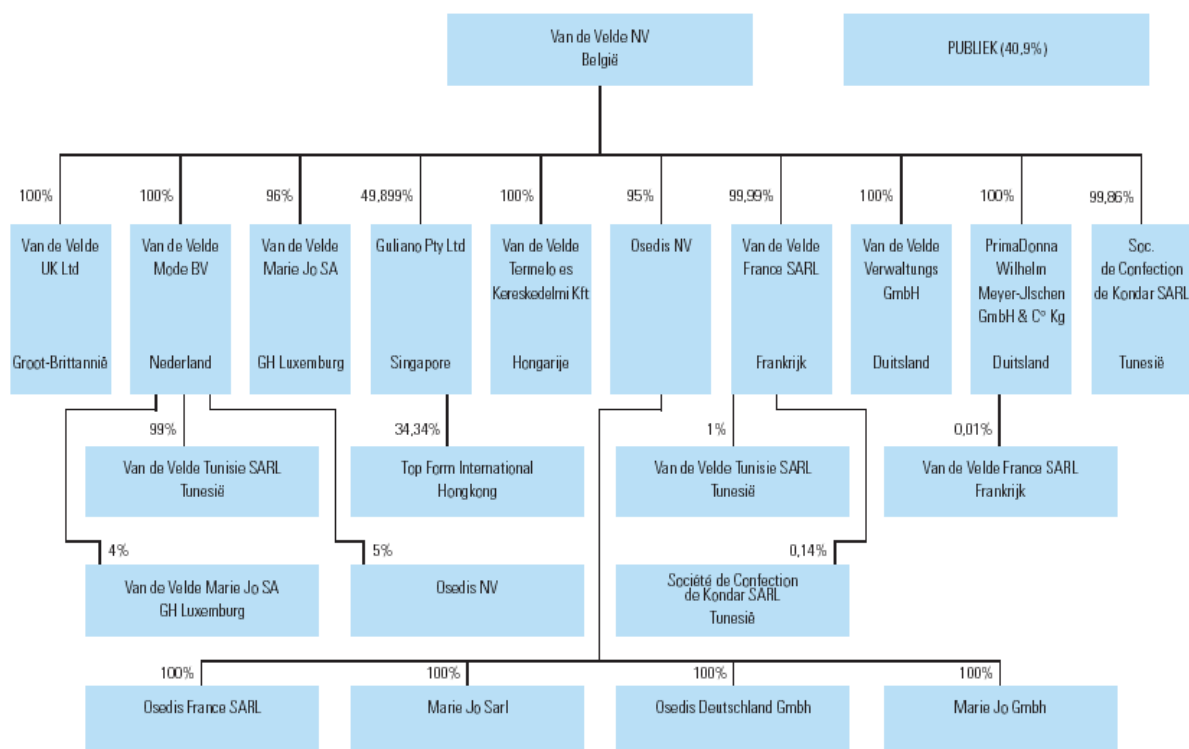
Delocalisatie

In 1994 werd de drempelwet ingevoerd in ons land, in deze wet werd de uitbreiding van middelgrote winkeloppervlakten aan banden gelegd. Ook E5-mode viel onder deze wet en had geen andere uitweg dan in het buitenland expansie te zoeken of te diversifiëren. De buitenlandse expansie werd uitgetoetst in 1995 door de opening van vijf winkels in Frankrijk. Dit bleek niet de juiste keuze, in 1998 werden de laatste twee winkels alweer gesloten. Er werd overgegaan op een strategie van diversificatie in 1993 door een alliantie met textielabrikant Benedikt Rommens. Deze dochter van SCF was in 2001 goed voor ruim een vierde van de totale bedrijfswinst van E5-mode. E5-mode nam samen met Rommens een participatie in Inbelco International. Door deze participatie deed E5-mode niet enkel aan textielverkoop, maar kreeg ze ook de productie van kledij in eigen handen. Na overname veranderde Inbelco van een verticaal geïntegreerd confectiebedrijf met productieateliers in Roeselare en Poperinge in een kop-staartonderneming die de productie coördineert. De productie in België houden was te duur, de loonkost in België lag rond de 1000 euro per maand, die in Oost-Europa rond de 150 euro per maand. In navolging van andere bedrijven in de sector ging men delocaliseren naar Polen. De stoeve mentaliteit aldaar deed hen echter al snel uitweiden naar andere streken. Prospectie werd gedaan in Roemenië, Tsjechië en Macedonië. Uiteindelijk koos men na de onafhankelijkheid van Litouwen voor een productieplatform aldaar en ging samenwerken met Edmundas Kolevaitis en zijn drie partners. De bedoeling was een verbinding te maken tussen de Westerse textielabrikanten die een deel van hun productie uitbesteedden en de Litouwse kledingateliers die door het wegvallen van de staatsorders zonder werk zaten. De samenwerking verloopt bijzonder vlot. Wekelijks rijdt een busje met West-Vlaamse textielingenieurs en andere vakmensen over en weer tussen België en Litouwen voor de kwaliteitscontrole.

CASE: VAN DE VELDE

Structuur

Achiel Van de velde en zijn vrouw Margaretha richtten in 1919 een atelier voor de creatie en confectie van dameskorsetten op in Schellebelle. De decennia daarop groeide het atelier, onder toedoen van de kinderen en kleinkinderen van de stichter, uit tot een producent van hoogwaardige, luxe dameslingerie. In de tweede helft van de jaren zeventig wilde Van de Velde van een kleine speler die leverde in België en Nederland evolueren naar een Europese speler op de markt van luxelingerie. In 1981 werd het merk ‘Marie Jo’ opgericht, dit merk stond voor perfectie en kwaliteit, voor permanente vernieuwing en voor de creatie van een eigen stijl. Van de Velde nam in 1990 het Duitse merk Prima Donna over en werd hierdoor de grootste Europese aanbieder van luxe- en modelingerie voor grote maten. Eind jaren negentig introduceerde men ook het merk ‘Marie Jo l’Aventure’ en in 2001 ‘Marie Jo l’Exclusieve’, respectievelijk een sportievere en exclusievere lijn.



figuur 7: Structuur van Van de Velde NV

bron: jaarverslag Van de Velde, 2003

De participatie in Top Form International kwam er ook in 2001. Via deze participatie in de grootste producent in de lingenierewereld kan Van de Velde terugvallen op een grotere flexibiliteit van de productie en grotere zekerheid voor de levering van hoogwaardige

producten. In 2002 tenslotte werd de winkelholding Osedis opgericht. Conceptwinkels werden geopend in Frankrijk en Duitsland. De aandelen van het bedrijf zijn voor veertig procent in handen van het publiek, de andere zestig procent zijn in handen van Van de Velde Holding NV. Deze holding omvat de belangen van de families Van de Velde en Laureys. De onderneming stelde in 2003 een 1200 tal mensen te werk.

Omzet

De totale markt voor lingerie in West-Europa heeft een handelswaarde van 5 miljard euro, het segment van de luxelingerie is goed voor 1 miljard euro. Van de Velde is goed voor ruim 9 % daarvan. In onderstaande tabel vinden we de verdeling van de omzet per land.

België	Frankrijk	Nederland	Duitsland	andere
26 %	14 %	11 %	26 %	23 %

tabel 19: Verdeling van de omzet per land

bron: jaarverslag Van de Velde, 2003

Investerings

Voor 2003 waren de belangrijkste investeringen te vinden in de aanwerving van nieuwe medewerkers en de versterking van het leidinggevend kader. Dit vertaalde zich in een verhoging van de personeelskosten. De investeringen in materiële vaste activa gebeurden hoofdzakelijk in de Belgische vestigingen, meer bepaald werd een liftstelsel aangekocht voor in het grondstoffenmagazijn en een terrein voor de verdere uitbouw van het distributiecentrum.

De investeringen in mensen, logistiek en distributie moeten de onderneming veilig stellen voor de toekomst. De komende jaren wordt een daling van het investeringspeil voorzien.

Investerings	1998	1999	2000	2001	2002	2003
<i>in miljoen euro</i>						
Hongkong				4,84		
België	4,12	1,51	1,25	4,78	2,76	2,49
Hongarije	0,15	0,10	0,13	0,83	0,77	0,19
Tunesië	0,12	0,27	1,80	0,39	0,16	0,23
Osedis					0,34	0,50
Totaal	4,39	1,88	3,18	10,84	4,03	3,41
in % van de omzet	7%	3%	3%	13%	4%	3,6%
Afschrijvingen	1,81	1,81	2,08	2,57	2,73	2,52
in % van de materiële vaste activa	23%	20%	21%	21%	20%	18%

tabel 20: Investerings Van de Velde

bron: jaarverslag Van de Velde, 2003

Verkoopsorganisatie

De België is nog steeds de grootste markt voor Van de Velde, zowel wat betreft omzet als aantal verkochte stuks. De verkoop gebeurt via twee kanalen. Enerzijds zijn er de multimerkwinkels, de luxewarenhuizen inbegrepen, anderzijds zijn er de eigen retailwinkels. Door de verkoop via multimerkwinkels wil de onderneming de winkelier helpen en ondersteunen in de uitbouw van zijn eigen zaak. In heel wat landen is de verkoop via luxewarenhuizen heel sterk ingeburgerd, dit distributiekanaal wordt dan ook verder uitgebouwd. Geen opvolging of het uitblijven van initiatief zorgen ervoor dat veel zelfstandige multimerkwinkels verdwijnen. Van de Velde voelde de noodzaak om Osedis op te richten, via haar eigen retailwinkels wil ze een voorbeeld zijn voor de zelfstandige winkels in hoe een moderne lingeriewinkel functioneert.

Delocalisatie

Over delocaliseren wordt bij Van de Velde omzichtig gesproken, ze zijn zich er van bewust dat het een controversieel onderwerp is en dat de verhuis van een productievestiging naar het buitenland meestal het nieuws haalt. Toch is Van de Velde al zo een 15 jaar geleden begonnen met delocaliseren. Bij gebrek aan capaciteit in België, met name de schaarste aan stiksters en omwille van strategisch kansen deed Van de Velde een beroep op externe confectieateliers in

Frankrijk en China. Hierdoor kon de onderneming tegen een lagere loonkost produceren en zich focussen op nieuwe ontwikkelingen en haar verdere uitbouw. Men ging meer en meer delocaliseren en startte eigen confectie- en assemblageateliers in Hongarije en later ook in Tunesië. Het ontwerp, het materiaalbeheer, de kwaliteitscontrole van de binnenkomende materialen en geconfectioneerde artikelen, het snijden, een deel van de confectie en de distributie bleven in België. Ook de commerciële en marketing activiteiten gebeuren vanuit België. Vandaag de dag wordt er nog zo een 5 % in België geproduceerd. De onderneming beseft dat het van belang is om een deel van de productie in eigen land te houden, niet zo zeer voor massaproductie, maar eerder omwille van de flexibiliteit, de snelle reactietijd, de knowhow en de mogelijkheid tot het uitwerken en verfijnen van productietechnieken. De productievestiging in Hongarije heeft met haar 25 % van de productie haar hoogste capaciteit behaald. Er wordt voor 19 % van de totale productie in Tunesië geproduceerd, verwacht wordt dat dit percentage in de toekomst nog zal stijgen. Het grootste deel van de productie gebeurt in China, 51 %.

ALGEMEEN BESLUIT

Het lag in de bedoeling van dit eindwerk om de economische kracht van de Belgische modesector in beeld te brengen in het geheel van de textiel- en confectie sector. We zagen dat de Belgische textielsector zich hoofdzakelijk in Oost- en West- Vlaanderen bevindt. België blinkt uit in interieur en technisch textiel. Investerings in product vernieuwing en –differentiatie, alsook in procesverbetering en –innovatie zijn een must. Buiten het deel dat wordt ingevoerd uit de Europese Unie komt het grootste deel van de textielinvoer uit China. De Belgische textieluitvoer is sterk exportgericht. 78 % gaat naar landen binnen de Europese Unie.

De Belgische kledingsector ondervindt heel wat structurele problemen, vooral de concurrentie van de lageloonlanden vormt een groot probleem en dwingt onze ondernemingen om een deel van haar productieproces naar het buitenland te verplaatsen. De investeringen in de sector daalden de voorbije jaren enorm, indien er nog geïnvesteerd wordt, dan gaat het hoofdzakelijk om vervangingsinvesteringen. Het is aan de Belgische en Europese confectiebedrijven in het algemeen, om hun competitief voordeel te gaan halen uit activiteiten met een hoge toegevoegde waarde. Extra aandacht voor innovatieve technologieën en processen is vereist. De kledinginvoer komt voor 42 % uit de Europese Unie, de andere invoer komt ook hier grotendeels uit China. Bijna de gehele productie van kleding , 94 %, wordt uitgevoerd naar landen binnen de Europese Unie. Dit is volledig te danken aan Frankrijk, die een deel van de kleding die naar daar wordt uitgevoerd verder gaat doorvoeren.

De afgewerkte kleding kan via verschillende kanalen tot bij de consument gebracht worden. De zelfstandige detailhandelaar moet afrekenen met de hevige concurrentie van grootwarenhuizen en filiaalbedrijven. Om zich hiertegen te wapenen zal hij de snel wijzigende evoluties in de consumentenvoorkeur goed in het oog moeten houden. Het uitspelen van een stevige merkenpolitiek en het bedingen van goedkopere aankooprijzen door collectief aan te kopen kunnen hierbij een goede verdediging zijn.

De modesector, zowel textiel als confectie, wordt beïnvloed door het verloop van de conjunctuur. De textielsector heeft een leading karakter, haar tegenvallende resultaten waren een voorbode van de ongunstige economische situatie. Het productievolume van textiel kende tussen 1995 en 2000 een groei van 13,7 %, deze groei werd door de gevolgen van 11 september en de daarmee gepaard gaande slechte conjunctuur bijna volledig teniet gedaan. Overcapaciteit en grote bedreiging van de lageloonlanden zorgden voor een dalende textielomzet.

De kledingproductie in ons land daalt elk jaar sterker, zowel in volume als in waarde. Bovendien is de daling in volume opmerkelijk groter dan de daling in waarde, dit wijst op een productie met hoge toegevoegde waarde in ons land. We kunnen stellen dat de traditionele producent van weleer meer en meer evolueert naar een import-export of trading-vennoot.

De dure euro, de toenemende kosten voor arbeid en energie, unfaire concurrentie van China en Turkije en de beperkte overheidsinspanningen zijn allemaal factoren die meespelen in de bepaling van de concurrentiepositie van de Belgische ondernemingen. Door de invoering van de euro heeft de concurrentieproblematiek zich deels verlegd. Waar vroeger de strijd vooral gestreden werd tussen de Europese landen onderling, gaat het nu tussen Europa en de andere continenten.

Een andere belangrijke problematiek is de Chinese bedreiging. Unfaire overheidssubsidies en investeringen die niet conform de regels gebeuren zorgen ervoor dat China haar producten tegen prijzen kan aanbieden die soms onder onze aankooprijzen liggen. In de toekomst zullen we meer rekening moeten gaan houden met deze bedreiging en maatregelen nemen. Amerika nam al maatregelen tegen stijging van de Chinese invoer door gebruik te maken van de vrijwaringclausule.

België heeft een loonkostenhandicap van 8,2 % ten opzichte van onze drie buurlanden en van 12,6 % tegenover onze vijf belangrijkste handelspartners. Er is vanuit de verschillende beroepsorganisaties, Febeltex en Creamoda, de vraag naar inspanningen van de federale overheid om deze handicap af te bouwen. Loonmatiging lijkt in de komende jaren onontbeerlijk voor de verdere groeikansen van de textiel- en confectie-industrie. De vraag die hierbij gesteld kan worden is of dit alles niet te laat komt?

De uitbreiding van de Europese Unie zal de totale omzet en werkgelegenheid doen toenemen, voor de rest blijft haar impact beperkt. De toetredende landen voeren immers reeds enkele jaren vrije handel met de EU-landen, waarbij taksen en quota's reeds wegvielen. Het quotasyteem dat wegvalt zal vooral voordelig zijn voor China en India. Lageloonlanden krijgen betere toegang tot de internationale handelsmarkt. Om haar plaats in de internationale handel veilig te stellen doet Europa en dus ook België er goed aan om te eisen van derde landen dat ze hun markten openzetten voor Europese producten.

Het hoofdstuk over delocalisatie neemt een belangrijke plaats in in dit eindwerk. Meer en meer Belgische bedrijven trokken de laatste jaren gedeeltelijk met hun productie naar het buitenland. Het hoofdmotief hiervoor zijn de lagere lonen, maar ook bereikbaarheid, kwaliteit, transport en beschikbaarheid van personeel kunnen een beweegreden zijn in dit delocalisatievraagstuk. Door de jaren heen was er sprake van verschillende

delocalisatiegolven. Zo werd eerst Zuidoost Azië, dan Noord-Afrika en nadien Oost-Europa aangedaan. Het gaat meestal om de gedeeltelijke verhuis van de productie. Processen als creatie en ontwerp, kwaliteitscontrole en distributie, kortweg de knowhow, blijven in België. Niet alleen de knowhow, ook de nabijheid bij de markt, de service en dienst na verkoop, het concept Just-in-Time, creativiteit en de commercialisatie zijn troeven van ons land. Wil men de delocalisatie afremmen, dan moet men aandacht schenken aan al deze factoren. De delocalisatie zal niet ongedaan gemaakt worden, maar zal misschien wel volgens een bepaald patroon gaan verlopen. Activiteiten die steunen op arbeidskosten worden afgestoten en een aantal andere activiteiten waarbij andere troeven kunnen worden uitgespeeld, blijven in België.

In de jaren zeventig leed ook België onder de internationale economische crisis. De economische dynamiek in de textiel- en confectiesector ging er op achteruit. Daar probeerde de overheid iets aan te doen, de sector leverde was immers belangrijk voor de werkgelegenheid. Het fameuze textielplan werd op poten gezet. Dit plan omvatte volume, sociale en financiële doelstellingen. Heel veel werd er in gestopt, relatief weinig resultaat werd ermee bekomen. Via de Maribel regeling en het Globaal Plan werkte de overheid aan de te hoge loonkosten. Multi-vezelakkoorden die de uitvoer van textielproducten aan beperkingen moesten onderwerpen, worden vanaf 1 januari 2005 afgebouwd. Deze vrijmaking van de wereldhandel moet leiden tot verhoogde invoer. De jaren negentig werden gekenmerkt door een clusterbeleid van de overheid. Vanuit dit perspectief zien we de duidelijk dat niet enkel textiel- en confectieproducenten getroffen worden bij moeilijkheden. Vandaag is het niet eenvoudig om de beleidsverantwoordelijken te mobiliseren en sensibiliseren voor de problematiek van de sector. Verlaging van de loonkosten, besparingen en of alternatieve financiering van de sociale zekerheid en extra aandacht voor het muntbeleid zijn de meest dringende eisen van de beroepsorganisaties Febeltex en Creamoda. Uit de studie van het VEV bleek dat heel weinig van deze noden van de Vlaamse ondernemingen terug te vinden zijn in het regeerakkoord. De lastenverlaging die op de werkgelegenheidsconferentie was beloofd is een relatief succes voor de sector. alle participaties in en vorderingen op textielondernemingen sinds 2003 beheerd door de risicokapitaalverschaffer Textiel Vlaanderen. Ook internationaal kennen we verschillende initiatieven om de arbeidsomstandigheden van de werknemers in de textiel- en confectiesector te regelen.

Aan het imago van de Belgische modesector is enorm hard gewerkt, we kunnen grote veranderingen opmeten. Door projecten als 'Mode, dit is Belgisch', de jaarlijkse uitreiking van de 'Gouden Spoel' en de komst van de 'zes van Antwerpen' ging het een grote stap

voorwaarts in het bekendmakingproces van de Belgische mode. Onze textiel- en confectieproducten kregen nationale en internationale erkenning. Ondertussen staat al een nieuwe generatie ontwerpers klaar. Dit was mogelijk mede dankzij de oprichting van de Modenatie en de goede uitbouw van modeacademie in Antwerpen en Brussel.

De theoretische aspecten van de problematiek, die in dit eindwerk besproken werden, worden in het laatste deel getoetst aan de realiteit. We zien dat de ondernemingen inderdaad met hun meest arbeidsintensieve productieprocessen naar het buitenland trekken, maar steeds het ontwerp, de kwaliteitscontrole en de distributie in eigen handen houden. Het is van belang op deze activiteiten extra op te focussen naar de toekomst toe. De casestudies van Caroline Biss, E5-mode en Van de Velde zijn schoolvoorbeelden van Belgische bedrijven die hun productieproces geheroriënteerd hebben naar de maatstaven van het hedendaags internationaal handelsverkeer.

Dit eindwerk toont dat de Belgische kledingbedrijven vechters zijn! Ze zijn capabel om economische crisissituaties te overleven, wisten zichzelf op de wereldkaart te plaatsen en beschikken over voldoende kennis om op het juiste moment de juiste beleidsbeslissingen te nemen. Het is duidelijk dat de sector voldoende dynamisch is om dat in stand te houden. Voor de toekomst is het aan te raden meer te focussen op de directe en indirecte positieve effecten van het samengaan van een horizontaal clusterbeleid mode met productiebedrijven inzake kledij.

LIJST VAN GERAADPLEEGDE WERKEN

- Aangekleed, Uitgekleed: consumentenwijzer over kleding, 1995, Alternatieve Konsumenten Bond, 194 blz.
- ALLAERT G., 1999, Structuur en werking van de Belgische economie, deel 2, 434 blz.
- BATAILLE M., 1989, Het textielplan, ontstaan, werking en evaluatie, Economisch en sociaal tijdschrift, nr. 1, blz. 53-80.
- Belgisch Staatsblad, 145^e jaargang, 15 oktober 75, blz. 12847-12848.
- BERNARD P., GILOT A., SPINNEWYN H., VANDENHOVE P., VAN SEBROECK H., 2003, Delocalisatie, Planbureau, Brussel, 346 blz.
- CEYSSSENS P., 2004, Beknopt verslag zitting 2003-2004, nr. 24, middagvergadering, 7 januari 2004
URL:
<http://www.vlaamsparlement.be/p3app/htmlpages/vp/Pdf/20032004/beknopt/beknopt_24.pdf>. (30/03/2004).
- CLICKE B., 1997-1998, Toekomst van de Belgische mode, 96 blz.
- CLINE W.R., 1987, The future of world trade in textiles and apparel, 325 blz.
- CRABBE C., DE SCHUTTER R., LAMBERT D., SCOHIER C., THEAU B., 1999, De Mode uit de doeken: twaalf vragen over werken in de textielconfectie, 136 blz.
- CREAMODA, 2003, intern document, deel 1: Voorstelling van de kleding- en confectiesector in België, juli 2003, blz. 1-21
- CREAMODA, 2003, intern document, deel 2: Belangrijke omgevingsfactoren Belgische kleding- en confectiesector, juli 2003, blz. 22-31
- CREAMODA, 2003, intern document, deel 3: Onderzoek Creamoda over delocalisatie Belgische confectiebedrijven, juli 2003, blz. 32-49
- CREAMODA, 2004, intern document 2, evolutie van de conjunctuur in 2003, persconferentie februari 2004
- DEBACKERE K., GILSING V., HANTSCHER R., JACOBS D., LAROSSE J., ROELANDT T.J.A., 2000, Clusterbeleid als hefboom tot innovatie, instituut voor de aanmoediging van innovatie door wetenschap en technologie in Vlaanderen, 92 blz.
- De BRESSON C., 1999, An Entrepreneur Can not Innovate Alone, Networks of Enterprises Are Required, DRUID Conference, Aalborg, 1999.

- DE COCKER F., 2003, Le Petit Verviers: de textielindustrie in Eeklo (1794-1940), Geschied- en heemkundige Kring van de Stad Eeklo, 240 blz.
- DEGROOT F., 1995-1996, De delocalisatie van de Vlaamse textielsector van Noord-Afrika naar Oost-Europa, 106 blz.
- De magnifieke resultaten van een geflopt textielplan, 2003, De Financieel Economische Tijd, 13 september 2003, blz. 11
- DERIJCKE L., VAN DE VEIRE S., 1999, Belgian Fashion Design, 320 blz.
- De textielnijverheid in Oost-Vlaanderen, 2003, Economische Raad voor Oost-Vlaanderen
URL:<http://www.oost-vlaanderen.be/economie/erov/content.cfm?doc_id=226>. (26/04/2004).
- EASTERLING R., JERNIGAN M. H., 1990, Fashion merchandising and marketing, 581 blz.
- Een geschiedenis en bronnenoverzicht, 1993, Textiel-, kleding-, leder, schoen – e.a. lederwaren –industrie., historische bedrijfsarchieven, 222 blz.
- Een integrale benadering van de ketenanalyse ten behoeve van ketenbeheer door bedrijven, hefboomen voor een beleid gericht op duurzame ontwikkeling, 2000, Centrum voor Duurzame Ontwikkeling van ondernemingen, juli 2000, 185 blz.
- FORD J.L., 1965, The Ohlin-Heckscher Theory of the basis and effects of commodity trade, VIII, Bombay, 88 blz.
- Forumverslag O.C., 1993, Bijzonder Raadgevende Commissie textiel en kleding, blz. 6-7
- HUYGE C., 2003, Kansen en bedreigingen voor de Belgische Textielsector, Febeltex, 10 maart 2003.
- INFO, 2002, Febeltex, nr. 1, 24 januari 2002, blz. 3
- INFO, 2003, Febeltex, nr.13, 4 april 2003, blz. 4
- Jaarverslag Textielfederatie 1999-2000, Febeltex, Brussel, 2000, 40 blz.
- Jaarverslag Textielfederatie 2000-2001, Febeltex, Brussel, 2001, 48 blz.
- Jaarverslag Textielfederatie 2001-2002, Febeltex, Brussel, 2002, 48 blz.
- Jaarverslag Textielfederatie 2002-2003, Febeltex, Brussel, 2003, 48 blz.

- LAKIN W.H., 2003, Presentatie Aachen Conferentie, directeur generaal Euratex, 26 november 2003
- L'industrie de l'habillement européenne devient high-tech, Commission Européenne, direction générale entreprises, unité E5 : textile, chaussures, cuir, jouets
- Modenet, 2003, artikel: Belgische modeontwerpers, 3 december 2003
URL: <<http://www.modenet.be/article.php?sid=470>>. (12/04/2004).
- Nieuwsbrief FEBELTEX, 2000, Succesfactoren zijn geen toevalligheden, 15 juni 2000, info nr. 11
URL: <http://www.febeltex.be/nederlands/actueel_detail.asp?id=64>. (26/08/2003).
- Nieuwsbrief FEBELTEX, 2001, Textiel wil geen pasmunt zijn, 19 juli 2001
URL: <http://www.febeltex.be/nederlands/actueel_detail.asp?id=119>. (26/08/2003).
- Nieuwsbrief FEBELTEX, 2003, Loonkostenhandicap blijft grootste probleem, 3 juli 2003, info nr. 25
URL: <http://www.febeltex.be/nederlands/actueel_detail.asp?id=187>. (07/03/2004).
- Nieuwsbrief FEBELTEX, 2003, Gooi toch open die markten, 11 oktober 2003
URL: <http://www.febeltex.be/nederlands/actueel_detail.asp?id=160>. (26/08/2003).
- Nieuwsbrief FEBELTEX, 2004, Zwakke dollar verknoeit kansen op herstel, 12 januari 2004, info nr. 1
URL: <http://www.febeltex.be/nederlands/actueel_detail.asp?id=206>. (02/02/2004).
- Nieuwsbrief FEBELTEX, 2004, Sterke bedrijven, 29 januari 2004, info nr. 3
URL: <http://www.febeltex.be/nederlands/actueel_detail.asp?id=205>. (07/03/2004).
- Nieuwsbrief FEBELTEX, 2004, Gunning overheidsopdrachten: niet louter op prijs!, 9 februari 2004, info nr. 5
URL: <http://www.febeltex.be/nederlands/actueel_detail.asp?id=213>. (07/03/2004).
- OOGHE H., BALCAEN S., 2002, De financiële toestand van de Belgische ondernemingen 2002: sleutelratio's en risico-indicatoren 1991-2000, 117 blz.
- PERSBERICHT FEBELTEX, 2003, VS beperken Chinese textiel- en kledingimport. Ook Europa moet China aanpakken., 26 november 2003, info nr. 41
URL: <http://www.febeltex.be/nederlands/persbericht_detail.asp?id=91>. (02/02/04).
- PORTER M.E., 1990, The competitive advantage of nations, blz. 40
- RICARDO D., MURRAY J., 1817, On the principals of political economy and taxation
- Sectorstudie detailhandel dames- en heren bovenkleding, 1994, VIZO, 44 blz.
- Sociaal-economische nieuwsbrief, Centrale Raad voor het Bedrijfsleven, nr. 57, november 2000, 48 blz.

- Sociaal-economische nieuwsbrief, Centrale Raad voor het Bedrijfsleven, nr. 84, augustus 2003, 56 blz.
- Statistieken over de textiel- en kledingsector 1973-2001, 2002, Centrale Raad van het Bedrijfsleven, TEX 2002/10/41, 114 blz.
- Texinfo, 2003, Febeltex, 2003, nr. 39, 13 november 2003, blz.2
- Textiel heeft dieptepunt mogelijk achter de rug, 2003, Financieel Economische Tijd, 10 oktober 2003, blz. 12
- VANBEIRENDONCK W., DERYCKE L., 2001, Mode 2001 Landed-Geland, Antwerpen Open, Flanders Fashion Institute, 191 blz.
- VAN MECHELEN D., 2003, Beleidsbrief 2003: het Economisch Overheidsinstrumentarium, Vlaams minister van Financiën en Begroting, Innovatie, Media en ruimtelijke planning, 48 blz.
- Verslag over de economische ontwikkeling in de textiel- en kledingindustrie 2002 en begin 2003, 2003, Centrale Raad van het Bedrijfsleven, Bijzondere Raadgevende Commissie Textiel en Kleding, 4 augustus 2003, 27 blz.
- VEV, persbericht VEV, 9 juli 2003
URL: <<http://www.voka.be>>. (09/07/2003).
- VIAENE J., 1997-1998, De delocalisatie van de productie door Belgische ondernemingen naar Polen, Tsjechië en Hongarije, 116 blz.
- WINDELS V., 2001, Jonge Belgische mode, 131 blz.

Geraadpleegde websites:

- www.E5-mode.be
- www.mariejo.be
- www.centexbel.be
- www.modenet.be

Interviews:

- Interview met Dhr. Huygens, Bedrijfsleider Renew, 5 december 2003 , Affligem
- Interview met Dhr. Quix, Directeur-generaal Febeltex, 24 februari 2004, Brussel
- Interview met Dhr. Van de Weghe, Bedrijfsleider Equitex, 16 maart 2004, Gavere
- Interview met Dhr. Saelen, Bedrijfsleider Caroline Biss, 31 maart 2004, Gent
- Interview met Mevr. Groeninck, verantwoordelijke Economie Febeltex, 27 april 2004

BIJLAGEN

Bijlage 1

CODE OF LABOUR PRACTICES FOR THE APPAREL INDUSTRY INCLUDING SPORTSWEAR

Vrije keuze van werkgelegenheid.

Er zal geen gebruik gemaakt worden van dwangarbeid, gedwongen arbeid ter aflossing van een schuld of gevangenisarbeid. Arbeiders mogen niet verplicht worden om een borgsom te storten of om identiteitspapieren aan hun werkgever in bewaring te geven (ILO Conventies 29 en 105).

Geen discriminatie van werknemers.

Er worden gelijke kansen en gelijke behandeling geboden aan eenieder, ongeacht ras, huidskleur, sekse, godsdienst, politieke overtuiging, nationaliteit, maatschappelijke afkomst of andere specifieke kenmerken. (ILO Conventies 100 en 111).

Geen gebruik van kinderarbeid.

Er zal geen gebruik worden gemaakt van kinderarbeid. Er worden alleen werknemers in dienst genomen die 15 jaar of ouder zijn of niet langer leerplichtig (ILO Conventie 138). Waar kinderarbeid wordt aangetroffen zal gezorgd worden voor passende ondersteuning en onderwijsmogelijkheden voor elk werkend kind dat vervangen wordt.

Vrijheid van vereniging en recht op collectief onderhandelen.

Alle arbeiders zullen het recht hebben om vakbonden op te richten en zich bij een vakbond aan te sluiten en om collectieve onderhandelingen te voeren (ILO Conventies 87 en 98). Werknemersvertegenwoordigers zullen niet worden gediscrimineerd en zullen toegang krijgen tot alle werkplaatsen noodzakelijk voor het uitvoeren van hun vertegenwoordigende taken (ILO Conventie 135 en Aanbeveling 143).

Betaling van menswaardige lonen.

De lonen die worden betaald voor een standaardwerkweek zullen voldoende zijn om aan de basisbehoeften van de arbeiders en hun gezin tegemoet te komen en om te voorzien in een zeker vrij besteedbaar inkomen en zij zullen minimaal overeenkomen met de wettelijke minimumnormen of met de normen die in de bedrijfstak gebruikelijk zijn. Inhoudingen op het loon voor disciplinaire of andere doeleinden zullen niet anders plaatsvinden dan wettelijk is toegestaan en dit steeds met de toelating van de werknemer. Werknemers worden adequaat geïnformeerd over de samenstelling, de hoogte en de uitbetaling van het loon.

Niet-excessieve werktijden.

De werktijden zullen in overeenstemming zijn met de gangbare wetten en normen die in de bedrijfstak gelden. In geen geval zullen arbeiders verplicht worden op regelmatige basis meer dan 48 uur per week te werken en zij zullen minimaal één vrije dag krijgen op elke periode van 7 dagen. Het maken van overuren geschiedt op basis van overeenstemming, zal niet meer bedragen dan 12 uur per week, zal slechts in bijzondere gevallen op incidentele basis vereist worden en zal altijd additioneel gecompenseerd worden.

Behoorlijke arbeidsomstandigheden.

Er zal, rekening houdend met de beschikbare kennis van de bedrijfstak en van mogelijke specifieke risico's, gezorgd worden voor een veilige en hygiënische werkomgeving. Effectieve maatregelen worden getroffen ter voorkoming van ongevallen en schade aan de gezondheid ten gevolge van of verband houdend met het werk. Risicofactoren in de werksituatie worden geminimaliseerd voorzover dat in redelijkheid uitvoerbaar is (ILO Conventie 155). Fysiek geweld, dreiging met fysiek geweld, ongewone straffen of disciplinaire maatregelen, seksuele intimidatie of pesterij en intimidatie door de werkgever zijn strikt verboden.

De arbeidsrelatie wordt vastgelegd.

Verplichtingen voortvloeiend uit arbeidswetten of sociale verzekeringswetten en regelingen voortvloeiend uit de reguliere arbeidsverhouding zullen worden nagekomen. Er zullen geen schijncontracten worden afgesloten: er zal geen gebruik worden gemaakt van "zwart werk" of van leerlingstelsels waarbij niet de intentie bestaat om vaardigheden over te dragen of een regulier dienstverband aan te bieden. Jonge arbeiders moeten de kans krijgen om deel te nemen aan opleiding en scholingsprogramma's.

De onderneming verbindt zich ertoe te zorgen dat zijn aannemers, onderaannemers, toeleveranciers en licentiehouders zich verbinden tot naleving van de in deze gedragscode vastgelegde normen en tot medewerking aan de verificatie daarvan. Zij moeten de nodige informatie leveren, een onafhankelijke controle toelaten, gegevens bijhouden betreffende de werknemers, en deze indien gevraagd aan de inspecteurs geven. De werkers moeten geïnformeerd worden betreffende de code. Er mogen geen repressieve maatregelen genomen worden tegen personen die informatie leveren betreffende de naleving van deze code.

Bijlage 2

ICFTU BASIC CODE OF LABOUR PRACTICE:

- Werk wordt vrij gekozen, m.a.w. geen gedwongen of verplichte arbeid (cfr. ILO conventies 29 en 105).
- Geen discriminatie (cfr. ILO conventie 100 en 111).
- Geen kinderarbeid, enkel kinderen boven de 15 jaar die niet meer schoolplichtig zijn mogen worden tewerkgesteld (cfr. ILO conventie 138). Bij vaststelling van kinderarbeid worden aangepaste financiële bijstand en educatieve mogelijkheden voorzien voor de te vervangen kinderen.
- Vrijheid van vereniging en het recht op collectief overleg worden erkend (cfr. ILO conventies 87 en 98). Werknemersvertegenwoordigers mogen niet worden gediscrimineerd en hebben toegang tot alle werkplaatsen opdat zij hun taak kunnen volbrengen (cfr. ILO conventie 135 en aanbeveling 143). Werknemers zullen positief staan t.o.v. vakbondsactiviteiten.
- Een leefbaar loon moet worden voorzien. Dit betreft tenminste het minimumloon of het gangbare loon en moet tenminste de basisbehoeften van de werknemers én een vrij besteedbaar inkomen dekken. Er wordt niets van het loon afgetrokken, tenzij de wetgeving of de werknemers dit toestaan. Werknemers worden schriftelijk op de hoogte gebracht van de samenstelling van hun loon.
- Werkuren bedragen niet meer dan 48 uur per week en er is minstens één vrije dag per week. Overwerk gebeurt op vrijwillige en onregelmatig basis. Werknemers hoeven nooit meer dan 12 uur overwerk per week te presteren en worden hiervoor extra betaald.
- De arbeidsomstandigheden zijn menswaardig en de beste gezondheids- en veiligheidspraktijken zullen worden gerespecteerd. De werkgever mag niet fysiek misbruiken, ongewoon straffen, seksueel of op enige andere manier lastig vallen en intimideren.

- De tewerkstelling moet worden vastgelegd en de wettelijke sociale zekerheid zal worden gerespecteerd. Jonge werknemers kunnen deelnemen aan educatieve programma's.
- De gedragscode moet effectief geïmplementeerd worden in het bedrijf en de werknemers moeten ervan op de hoogte worden gebracht.
- De code moet worden ingevoerd bij alle onderaannemers, de belangrijkste leveranciers en franchisehouders.
- Elk van deze bedrijven moet op elk moment toegang verlenen aan erkende onafhankelijke inspecteurs.

Bijlage 3

AIP WORKPLACE CODE OF CONDUCT:

- Geen gedwongen arbeid.
- Geen kinderarbeid onder de 15 jaar (of 14 indien de plaatselijke wetgeving dit toelaat) en voor kinderen die schoolplichtig zijn.
- Werknemers moeten met respect en waardigheid behandeld worden. Werknemers mogen geen fysiek, psychologisch of seksueel misbruik of intimidatie ondervinden.
- Geen discriminatie betreffende tewerkstelling, loon, vergoedingen, promotie, discipline, pensioen of beëindiging op basis van geslacht, ras, religie, leeftijd, handicap, seksuele geaardheid, nationaliteit, politieke overtuiging of sociale en etnische afkomst.
- Gezondheid en veiligheid.
- Vrijheid van vereniging en collectief overleg.
- Minimum loon, gangbaar loon en legale voordelen.
- Het aantal werkuren mag niet meer dan 48 uur bedragen plus 12 uur overuren of het aantal werkuren volgens de nationale wetten met max. 12 overuren per week, behalve in uitzonderlijke omstandigheden. De werknemers hebben recht op één vrije dag per de week.
- Overuren worden betaald zoals de plaatselijke wetgeving dit voorschrijft. Indien er geen wetgeving is zullen de overuren minstens evenveel betaald worden als de normale uren.
- De werknemers moeten worden geïnformeerd over het bestaan van de code.
- Onafhankelijke monitoring wordt voorzien door onafhankelijke erkende organisaties.
- De onderaannemers en leveranciers moeten eveneens de code implementeren.

Bijlage 4

<p>ETI BASE CODE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Werk wordt vrij gekozen. - Vrijheid van vereniging en collectief overleg worden gerespecteerd, werknemersvertegenwoordigers worden niet gediscrimineerd. - Er moeten gezonde en veilige werkomstandigheden zijn, regelmatige gezondheids- en veiligheidstraining van de werknemers, toegang tot hygiënische toiletten en drinkbaar water, een senior verantwoordelijke voor gezondheid en veiligheid en indien aanwezig, schone en veilige slaapplaatsen. - Geen kinderarbeid conform de ILO conventie, geen gevaarlijk werk onder de 18 jaar..
<ul style="list-style-type: none"> - Een leefbaar loon moet worden voorzien, dat minstens het minimum loon of het gangbare loon bedraagt, en dat de basisbehoefte dekt en voor een bijkomend inkomen zorgt. Alle werknemers krijgen verstaanbare informatie betreffende de samenstelling van hun loon. Enkel indien het wettelijk is toegestaan en indien de werknemer ermee akkoord gaat mag men bedragen van het loon aftrekken. - Werkuren moeten de wetgeving en de gangbare standaarden respecteren. In geen geval mogen ze meer dan 48 uur per week bedragen. Er is minstens één vrije dag per week. Overwerk is vrijwillig, onregelmatig, nooit meer dan 12 uur per week en additioneel betaald. - Er is geen discriminatie betreffende tewerkstelling, vergoedingen, toegang tot opleidingen, promotie, pensioen of beëindiging op basis van geslacht, ras, kaste, religie, leeftijd, handicap, seksuele geaardheid, nationaliteit, politieke overtuiging of lidmaatschap van vakbond. - De tewerkstelling moet worden vastgelegd en de wettelijke sociale zekerheid zal worden gerespecteerd. Men zal dit niet trachten te omzeilen door thuiswerk, leercontracten en subcontracting, e.a. - Fysiek misbruik, of dreigen met fysiek misbruik, seksueel of op enige andere manier lastig vallen en verbaal intimideren of enige andere vorm van intimidatie, zijn verboden. - De bedrijven moeten een onafhankelijke monitoring toestaan. - Alle werknemers en leveranciers moeten op de hoogte gesteld worden van de invoering van de code. - De code moet tevens worden geïmplementeerd bij de leveranciers en moet na verloop van tijd een voorwaarde zijn opdat er verder met hun wordt gewerkt. Bij het afnemen van de producten zal rekening worden gehouden met de kosten die de leveranciers hiervoor moeten maken.

Tabel 6: Vergelijkend overzicht van de initiatieven van derden.

	Schone Kleren Campagne	ICFTU	AIP	ETI
In regel met bestaande wetgevingen	Niet vermeld	Niet vermeld	Niet vermeld	Ja
Recht op vereniging	Ja (ILO conventie 87, 98 en 135, aanbeveling 143)	Ja (ILO conventie 87, 98 en 135, aanbeveling 143)	Ja (ILO conventie 87 en 98)	Ja
Collectieve onderhandeling	Ja (ILO conventie 98)	Ja (ILO conventie 98)	Ja (ILO conventie 98)	Ja
Geen gedwongen en verplichte arbeid	Ja (ILO conventie 29 en 105)	Ja (ILO conventie 29 en 105)	Ja	Ja
Geen discriminatie	Ja (ILO conventie 100 en 111)	Ja (ILO conventie 100 en 111)	Ja	Ja
Geen kinderarbeid	Ja (ILO conventie 138)	Ja (ILO conventie 138)	15 jaar (of 14 indien de plaatselijke wetgeving dit toelaat)	Conform ILO, geen gevaarlijke arbeid onder de 18 jaar.
Lonen	Menswaardig loon	Leefbaar loon	Wettelijk en gebruikelijk loon	Leefbaar loon
Werkuren	Wettelijk en gebruikelijk, max. 48 uur, één vrije dag per week.	Wettelijk en gebruikelijk, max. 48 uur, één vrije dag per week.	Wettelijk en gebruikelijk, max. 48 uur, of volgens de plaatselijke wetgeving. Eén vrije dag per week.	Wettelijk en gebruikelijk, max. 48 uur, één vrije dag per week
Overuren	Incidenteel, met toestemming werknemer, additioneel betaald, max 12 uur	Incidenteel, met toestemming werknemer, additioneel betaald, max. 12 u ur	Max. 12 uur, incidenteel meer, min. evenveel betaald als normaal werkuur	Incidenteel, met toestemming werknemer, additioneel betaald, max. 12 uur
Veiligheid en gezondheid	Ja (ILO conventie 155)	Ja (vaag)	Ja (vaag)	Ja
Werkzekerheid	Arbeidsrelatie wordt vastgelegd.	Arbeidsrelatie wordt vastgelegd.	Arbeidsrelatie wordt vastgelegd	Arbeidsrelatie wordt vastgelegd
Sociale zekerheid	Ja	Ja	Ja	Ja
Daadwerkelijke implementatie	Ja	Ja	Ja	Ja
Wijze van monitoring	Onafhankelijk	Onafhankelijk	Onafhankelijk	Onafhankelijk
Voorwaarden gelden voor onderaannemers en leveranciers	Ja	Ja	Ja	Ja

