

Be informed, impressed & inspired!

MODINT organiseert een Corporate Social Responsibility (CSR) Combinatie Seminar



Ieder kleding-, textiel- of tapijtbedrijf heeft anno 2010 te maken met maatschappelijk verantwoord ondernemen. Sommige bedrijven gebruiken het onderwerp offensief, als 'unique selling point', anderen benaderen het defensief, vanuit het perspectief van risico minimalisatie. Hoe dan ook, het is een heel complex onderwerp omdat er zo ontzettend veel mogelijkheden zijn.

MODINT heeft CSR hoog in het vaandel staan; dit komt niet alleen naar voren in dit seminar want er wordt sinds kort ook structureel CSR consultancy aangeboden.

In de eerste bijeenkomst wordt ingegaan op de 3 peilers 'people, planet and profit', maar ook wordt er een overzicht geboden van de risico's die te weinig aandacht voor CSR met zich meebrengt. Daarnaast laten wij, maar ook bedrijven zien hoe CSR aangepakt kan worden en waarom het uw bedrijfsstrategie versterkt. Om het voor u duidelijk te maken hoe u CSR kunt toepassen laten wij op een hele praktische manier zien wat de mogelijkheden, risico's en kosten zijn. In de middag is er speciale aandacht voor 'Sustainable Supply Chain Management' en wordt er een verkorte 'Sustainable Fabric Workshop' gegeven, mogelijk gemaakt door het Ministerie van VROM.

Naast dag 1 van dit combinatie seminar biedt MODINT, in samenwerking met het AMFI, aan om het zeer inspirerende evenement 'Beyond Green' bij te wonen. Het thema van deze dag is 'The System' en het subthema is 'Jeans'. Dit is het grootste CSR event voor studenten en bedrijven met internationale allure. Zo spreken er keyplayers op het gebied van CSR en wordt u net een stapje verder genomen dan alleen de praktische stappen van dag 1 van dit combinatie seminar. Er is een expositie hal waar een nieuwe kijk op mode en duurzaamheid wordt gegeven en daarbij presenteren de 40 deelnemers van de Green Fashion Competition zich daar. De moderator is James Veenhof, voormalig directeur van de International Fashion Week en initiator van Denim Lab.

Het is mogelijk voor deelnemers aan dit seminar om te worden gekoppeld aan studenten die een CSR case study naar wens kunnen uitvoeren in dezelfde week.

Kortom een duo seminar om niet te missen. Wees er snel bij want het gaat al hard met de inschrijvingen. Het seminar geeft voldoende voeding om daarna 'informed, impressed & inspired' aan de slag te gaan met CSR in de dagelijkse bedrijfsvoering!

Deel 1: (NL) Dinsdag 12 oktober Corporate Social Responsibility in de praktijk
Deel 2: (Eng) Dinsdag 9 november Beyond Green; Theme: The system, sub theme jeans

HCW
Holland Career & Workwear
Ledengroepering van MODINT

In dit nummer

- CSR Seminar
- Is de markt klaar voor RFID?
- Terugblik MODINT Party
- Grand Seigneur uitreiking
- Colofon

Locatie: WFC, Amsterdam

Dag 1 van het 2 delig seminar is gratis voor klanten van de Module Inkoop en Productie en kost € 150,- ex BTW voor niet-module klanten.

Dag 2 kost voor alle MODINT leden € 195,- ex BTW.

Bedrijven zonder de module Inkoop en Productie kunnen ook kiezen voor een package deal voor 'CSR in de praktijk' & Beyond Green voor € 295,- ex BTW.

Geef u op via www.modintmeetings.nl of neem contact op met Nienke Steen voor meer informatie via steen@modint.nl.

Be informed, impressed & inspired!

Waarom Informed, Impresses en Inspired?

Omdat het de bedoeling is dat je na dit seminar met een interessant pakket aan informatie naar buiten gaat. Dat je onder de indruk bent van de mogelijkheden en de winst die CSR oplevert, maar met name geïnspireerd om er handvatten aan te geven binnen de eigen organisatie.

Waarom een duo seminar?

CSR is te omvangrijk en te leuk om maar 1 seminar over te geven. Sinds een jaar is MODINT gestart met consultancy op CSR en dit duo seminar zet de toon voor de know how en connecties die MODINT in huis heeft. Deel 1 is gericht op de praktische know how voor het bedrijfsleven en deel 2 is in samenwerking met het AMFI een CSR inspiratiedag met name voor de jeans sector. Zo komt de Amerikaanse jeans goeroe Adriano Goldschmied, voormalig Diesel director, zijn visie geven op sustainability.

Waarom moet je hier bij zijn? Waarom CSR?

Het gaat tegenwoordig om duurzaam ondernemen, niet alleen duurzaam in de zin van zorg voor mens en milieu, ook duurzaamheid van je bestaansrecht, de winst en het imago.

Samenwerking VROM, Made BY en AMFI?

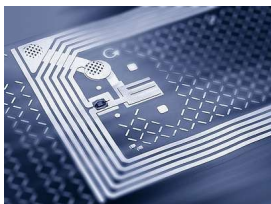
MODINT en Made By hebben een nauwe samenwerking in het ontwikkelen van factsheets en trainingen op het gebied van sustainable supply chain management. Dit wordt mogelijk gemaakt door VROM, net als het middagprogramma van ons seminar.

“RFID is klaar voor de markt, is de markt klaar voor RFID?”

Deze vraag kwam aan de orde op hét RFID-seminar van Nederland dat op 27 mei jl. - onder de titel “Food for thought @mstel” - plaatsvond in Paviljoen Stadgenoot te Amsterdam, georganiseerd door AMFI (Amsterdam Fashion Institute) en MODINT.

Het drukbezochte seminar was het wonderlijke resultaat van een bijzondere samenwerking tussen de twee hoofdorganisatoren AMFI en MODINT. De samenwerking bestond ook uit een vijftal internationale bedrijven die dagelijks in de praktijk bezig zijn met het implementeren van RFID (Radio Frequency Identification). Verder waren er twee buitenlandse key speakers die belangeloos hun ervaringen wilden delen én derdejaars studenten van de AMFI minor Retail & Research, die de resultaten van een onderzoek met consumentenpanels presenteerden.

Ook uniek was dat alle ruim 200 tweedejaars AMFI Studenten de mogelijkheid kregen om in de ochtend, voorafgaand aan het officiële congres, een lezing van de Zwitserse key speaker mevrouw Francine Dambach aan te horen. Daarnaast kon men praktijkdemonstraties bijwonen van de 5 deelnemende bedrijven, Avery Dennison, Atos Origin, Checkpoint, GS1 en Nedap.



RFID (Radio Frequency Identification) is een verzamelnaam voor technologieën die gebruik maken van een radiosignaal om goederen, voertuigen, dieren of mensen te laten identificeren door apparaten. De techniek zelf is niet nieuw,

al jaren lang worden dieren en producten met de chip getagged om ze te kunnen volgen. Maar liefst 8.8 mio dieren lopen wereldwijd met een RFID chip rond en er worden jaarlijks 130 mio boeken uitgeleend via de RFID chip, zo stelde Ruben Nijlant van Nedap.

In de RFID-tag kan extra informatie, zoals bijvoorbeeld de uitleendatum of bij levensmiddelen de houdbaarheidsdatum, worden meegegeven. Het logistieke proces van bijvoorbeeld het sorteren van kleding in industriële wasserijen wordt vergemakkelijkt door de kleding uit te rusten met RFID-tags. Maar ook een groot deel van de mensen heeft er inmiddels mee te maken, bijvoorbeeld via het nieuwe paspoort en de OV-chipkaart die beide een RFID-chip bevatten. Opmerkelijk gegeven uit het onderzoek van de AMFI studenten was overigens dat niemand van de ondervraagde consumenten zich hiervan bewust was. En toen ze dit verteld werd, gaven mensen aan enorm veel behoefte te hebben aan informatie over deze chip. Wat die doet, kan en ook niet kan. Goed informeren, zo gaven consumenten uit het onderzoek aan, is een noodzakelijke voorwaarde om onzekerheden ten aanzien van veiligheid en privacy weg te nemen. Maar als daaraan voldaan wordt, dan blijkt diezelfde consument ook heel open te staan voor de interessante innovatieve winkel- en consumentgerichte toepassingen die steeds verder in ontwikkeling raken.

Lees het gehele artikel op de site, klik [hier](#)

MODINT pleit voor nieuw industriebeleid

Vrijdag 25 juni 2010

MODINT heeft bij informateur Rosenthal en de politieke leiders van VVD en PVV aangedrongen op het formuleren van een nieuw industriebeleid specifiek voor de in Nederland nog gevestigde maakindustrie. In dat beleid moet er ruime aandacht zijn voor vakgericht onderwijs, voor stimulering van onderzoek en ontwikkeling en toegang tot derde markten, aldus MODINT voorzitter Alphons Schouten tijdens de jaarvergadering in Maarssen.

“Bescherming van intellectueel eigendom behoort eveneens een hoge prioriteit te krijgen. We voeren strijd tegen illegale namaak van producten en de verkoop daarvan mede door het fenomeen internet, maar die aanpak moet harder”, aldus de MODINT-voorzitter.

Schouten presenteerde in zijn jaarrede ook nog overige punten op het verlanglijstje van MODINT voor een nieuw kabinet:

- Actie van de overheid om een verlaging van marktrente af te dwingen. “De groei van kapitaalreserves door de financiële instellingen is een noodzakelijke maatregel maar die kan en mag nooit de economie in haar volle breedte beperken om haar kansen te benutten. Een verlaging van die marktrente zal een enorme impuls geven. Wij verwachten dat dat bedrijvigheid zal stimuleren en koopgedrag van consumenten zal aanwakken. Ook heeft het een positief effect op de voor MODINT belangrijke sector als de bouw. De huizenmarkt, nieuwbouw en doorstroming wordt gestimuleerd met positieve effecten voor onze sector”, aldus Schouten
- Inperken van inkoopmacht door grote afnemers
- Ondersteuning door de overheid via fiscale maatregelen om maatschappelijk verantwoord ondernemen door bedrijven te stimuleren
- Vervanging van het huidige duurzaam inkoopbeleid van de overheid door een systeem dat procesmatige verduurzaming van inkoop mogelijk maakt en voor de toekomst borgt

- Daar waar decentralisatie leidt tot meerkosten zonder dat daar aanwijsbare baten tegenover staan dient die decentralisatie opgeheven te worden. In dat verband noemde Schouten als voorbeeld de afwijkende brandveiligheidseisen voor openbare gebouwen en bedrijven in diverse regio's in ons land. “Heel storend voor leveranciers van interieurtextiel en tapijt”, aldus de MODINT-voorzitter.
- Een effectievere exportondersteuning. Schouten wees er in dit verband op dat ongeveer 50% van de omzet van MODINT leden (totaal ca. € 9 miljard) wordt geëxporteerd. De internationale belangen van de sector zijn dus groot. “De ondersteuning die we de laatste jaren hebben gekregen op exportgebied was minimaal en ineffectief. Het thema internationaal was in de verkiezingsstrijd ook geen groot issue. En dat met de wetenschap dat we een exportland zijn en zullen blijven. Een veel effectievere steun vanuit Den Haag is noodzakelijk ook als dat gebeurt voor landen die lidstaat zijn in de Europese Unie”, aldus Schouten.
- De handelspolitieke wet- en regelgeving, zowel Europees als in het kader van de WTO, dient gericht te zijn op het handhaven en de toekomst van onze maakindustrie.
- Het tegengaan van protectionistische tendensen in sommige EU-landen, bijvoorbeeld via het pleiten van een “made-in” label in kleding. MODINT wijst zo'n label af omdat het niets toevoegt aan de beschikbare informatie voor de consument, maar wel de administratieve lastendruk en dus de kosten voor de leverancier verhoogt.

Een lange lijst, aldus Schouten. “Maar we staan aan het begin van een proces van mondiale verandering op economisch, financieel en klimaatgebied. Als we niet op de juiste wijze inspelen op die verandering dan missen we als industrieën en als land de boot en werken we niet aan een duurzame toekomst voor onze kinderen en kleinkinderen. Kansen moeten gegrepen worden en stilstaan of houden wat je hebt is en kan niet de enige optie zijn”.

Verslag PIANOo-Marktontmoeting 18 mei 2010.

Bron: PIANOo

Bedrijfskleding moet je zien en voelen

Werkschoenen, brandweerbroeken, een doktersjas of het vestje van de baliemedewerker: de overheid koopt het in volgens de (Europese) aanbestedingsregels. Maar hoe krijg je de kwaliteit die je wilt, daag je de markt uit om het beste

antwoord op je vraag aan te bieden en dan ook graag zo duurzaam mogelijk? De ruim veertig inkopers en leveranciers van bedrijfskleding droegen deze gespreksonderwerpen aan op de marktontmoeting die PIANOo op 18 mei, samen met de branchevereniging MODINT organiseerde.

Zelf aan de slag

Op de zogeheten Open Space Bijeenkomst bepaalden de deelnemers zelf de agenda, konden ze langs alle sessies hopen die in drie rondes gehouden werden, en maakten ze zelf een verslag. Het doel ervan was dat opdrachtgevers en opdrachtnemers inzicht kregen in elkaars belangen en in de knelpunten

Verslag PIANOO-Marktontmoeting 18 mei 2010 (vervolg)

die er bij aanbestedingen in deze specifieke branche zijn. En daarna moesten ze samen aan de slag om ze op te los-



sen.

Duurzaamheid: overheid moet haar knopen tellen

Ook op deze zesde marktontmoeting plakken de deelnemers enthousiast hun gespreksonderwerpen op de muur. Duurzaam inkopen blijkt in deze branche een onderwerp met veel invalshoeken én knelpunten. De kledingbranche heeft vooral te maken met milieueisen, die in criteria van Agentschap NL zijn omschreven. Het ministerie van VROM ontwikkelt nu sociale criteria. Maar hoe hard zijn de duurzaamheidseisen vragen sommige deelnemers zich af. 'De overheid moet een duidelijker standpunt innemen en duurzaamheid sterker stimuleren door soms inderdaad die hogere prijs te betalen of ronduit de voorkeur geven aan duurzame leveranciers', menen anderen. Toon maar aan hoe duurzaam je werkt als bedrijf en zorg voor kwaliteitsborging, stelt men. Toch is dat moeilijk omdat van sommige producten niet meer te achterhalen is waar de losse onderdelen vandaan komen. 'Zorg er als overheid voor dat duurzaamheid geen papieren werkelijkheid blijft', bepleit Jef Wintermans, directeur van MODINT, 'Duurzaamheid is een proces. Sommige bedrijven zijn er al ver in. Maar anderen wachten af, omdat er nog te veel onduidelijk is. En dat is jammer.'

Kleding is emotie

De beoordeling van kwaliteit is een ander hot item. Praktisch vertaalt naar de vraag: hoe en op welk moment breng je een presentatie van bedrijfskleding onder in het aanbestedingstraject? Kleding kun je nu eenmaal niet op papier bestellen, want dat levert geheid teleurstellingen op. Je moet het materiaal kunnen zien en voelen. Een draagproef is daarbij onmisbaar. 'Als je dat goed organiseert, met de juiste medewerkers voor wie de kleding bestemd is, is die klus in een paar weken gedaan. Als je de bevindingen van het personeel maar objectief en uitgebreid bevraagt. Het stimuleert mij als aanbieder in ieder geval om kwaliteit te bieden', meent een leverancier.

De inkopers beamen het grif. Een draagproef zorgt niet alleen voor meer inzicht, maar verhoogt ook de acceptatie onder het personeel. Om de kosten ervan binnen de perken te houden moet je echter niet lukraak kledingpakketten gaan uitproberen. Beter is om na de selectie van een goed bedrijf de presentatie en draagproef als een verificatie te gebruiken. Dat is in de ICT-wereld gebruikelijk met de 'proof of concept'. Kleding is emotie, aldus een deelnemer, en daarom moet voor een goede aanbesteding ruim de tijd worden genomen voor een gedegen marktverkenning en een draagproef.



Creatief zijn met oplossingen

Openbare marktconsultaties vragen om een creatieve oplossing in plaats van met een strak programma van eisen te werken, zijn enkele suggesties om innovatie te stimuleren. In de sessie "Uitbesteden van het logistieke proces" concluderen de deelnemers dat dit een stevige trend aan het worden is. Steeds vaker vragen aanbestedende diensten aan de leveranciers om ook reiniging, reparatie en het bestelproces voor hun rekening te nemen. Ook voor kleinere organisaties komt zo'n geautomatiseerd bestelsysteem à la Bol.com steeds meer in zicht. Het biedt de inkopers veel gemak, maar het vraagt wel om stevige interne controle en aansturing en om goed contractmanagement.

Lesmodule textielkwaliteit

Kwaliteitscontrole blijft hoe dan ook belangrijk. Voor textiel is echter specifieke kennis nodig. Aan het einde van de dag belooft de directeur van MODINT dat hij een open lesmodule gaat aanbieden voor overheidsinkopers om die kennis op te doen. Een andere concrete afspraak is dat PIANOO en MODINT contact met de deelnemers onderhouden en bespreken welk vervolg deze marktontmoeting krijgt.

INFORMATIE BULLETIN

Jaargang 2, nummer 3 2010

MODINT Party “het recept voor uw toekomst” een groot succes!



Op een zonnige donderdag in juni werd dit jaar de MODINT Party gehouden in de Glazen Ruimte in Maarssen. 2010, het jaar dat MODINT 10 jaar bestaat, werd gevierd met Dj Santito en Live Cooking met Ramon Beuk. Voorafgaand aan het evenement vond traditie getrouw de Algemene Ledenvergadering plaats. Daarna was het tijd voor het recept van MODINT. In de vorm van speed dating kregen de bezoekers, in presentaties van 10 minuten, alle ingrediënten van MODINT uitgelegd. Onderwerpen zoals Belangenbehartiging, Member benefits, Consultancy, Creditmanagement en MODINT Academy kwamen aan bod.



Grand Seigneur voor Inez van Lamsweerde en Vinoodh Matadin

Op 17 juni is de hoogste onderscheiding binnen de modebranche, de 23e "Grand Seigneur" uitgereikt aan Inez van Lamsweerde en Vinoodh Matadin. De jury kende de Grand Seigneur 2010 unaniem, en met grote bewondering, toe aan het fotografen-kunstenaarsduo.

Op de foto van links naar rechts Louki Boin (jurylid), Frans Ankoné en Alphons Schouten (Voorzitter MODINT)



De bij de onderscheiding behorende sculptuur, een ontwerp van Wendela Gevers Deynoot, werd uitgereikt door MODINT-voorzitter Alphons Schouten en jurylid Louki Boin. De uitreiking vond plaats tijdens de MODINT Party, het jaarevenement van dé ondernemersorganisatie in de mode, interieur, tapijt en textiel.

Eerdere Grand Seigneur winnaars werden bekroond als ontwerper, modemaker, modemarketeer, fabrikant, detaillist, trendwatcher, stylist, redacteur, journalist of illustrator. Nog nooit echter werd het meest zichtbare en meest toegankelijke medium dat het publiek modebewust maakt bekroond: de modefotografie. Terwijl Nederland sinds jaar en dag een rijke tijdschriftencultuur kent met fotografie van hoog artistiek niveau. Hoog tijd dus om deze discipline, die mode aan een groot publiek visualiseert, te bekronen. En dan maar meteen op het hoogste niveau.

Al twintig jaar daagt dit duo de kijker uit de tijdgeest van de mode te begrijpen. Met hun onorthodoxe, redactionele foto-reportages in de internationale mode-

bladen als de Franse, Amerikaanse en Japanse Vogue, Harper's Bazaar, W Magazine en The New York Times Magazine. En met hun gezichtsbepalende, commerciële fotografie voor advertentiecampaagnes van wereldmodemerken als Yves Saint Laurent, Louis Vuitton, Balenciaga, Gucci, Yohji Yamamoto, Lanvin Homme, Dior Homme en Viktor & Rolf. Daarmee geven zij elk jaar hun visie en stijl aan een groot aantal pagina's van de smaakmakende tijdschriften, en inspireren zij miljoenen mensen die van mode houden. (Of die er door hun foto's wellicht in geïnteresseerd raken!)

Je herkent de hyperrealistische foto's van Inez en Vinoodh meestal aan een opvallende houding van de handen van hun modellen. Ze hebben de armen vaak min of meer geheven. De hoekige poses van hun lichaam zijn niet alleen verleidelijk, ze zorgen voor een fraai lijnenspel in de grafische compositie van de foto. Van Lamsweerde en Matadin stellen zich niet tevreden met het schieten van mooie beelden van lieflijke supermodellen, op ideale locaties, in top outfits. Zeker, op het eerste gezicht zijn hun foto's van perfecte kwaliteit, haarscherp, de kleding is heel duidelijk te zien. Of 't nu om een jeansshortje op een motor gaat of een haute couture avondjurk. Hun visie is bijna klassiek.



unieke symbiose van creatief duo, van commerciële modefotografie en vrije kunst, de wereldtop in hun vak hebben bereikt. Wij zijn trots op Inez en Vinoodh als nieuwe Grand Seigneurs.



De Grand Seigneur is dé oeuvre prijs voor de modebranche en wordt jaarlijks toegekend door MODINT, de ondernemersorganisatie voor mode, interieur, tapijt en textiel.

Colofon

Het informatiebulletin van ledengroepering Holland Career & Workwear (HCW), verschijnt enkele malen per jaar. In dit informatiebulletin houden wij u op de hoogte van nieuwe ontwikkelingen en belangrijke informatie. Het informatiebulletin verschijnt digitaal.

Wilt u extra medewerkers binnen uw organisatie aanmelden voor dit informatiebulletin, of heeft u vragen? Neem contact op met het secretariaat van HCW via telefoonnummer: Metty Ditewig 030- 232 0914 of mail naar ditewig@modint.nl