



## «Unze makers mogen best wat trotser zijn»

«Ze produceren dingen die je elders niet vindt.» De meerwaarde van onze Vlaamse 'makers' is duidelijk, vindt Karel Van Eetvelt van Unizo. Een heuse imago-campagne moet die boodschap kracht bijzetten.

De doorsnee consument van vandaag wil goedkope producten en ligt niet wakker van waar die vandaan komen en hoe ze geproduceerd worden. «In een gemondialiseerde economie, waarin uitvoerend werk steeds meer uitbesteed wordt aan lageloonlanden en de technologie een aantal jobs overbodig heeft gemaakt, hebben ondernemers het moeilijk», weet Karel Van Eetvelt, gedelegeerd bestuurder van zelfstandigenorganisatie Unizo. «Als je vandaag een product op de markt brengt, ligt er morgen elders al een goedkopere kopie.» Talloze faillissementen en stopzettingen onderstrepen dat, al beschikt Unizo niet over exacte cijfers om te kunnen vergelijken met twintig en dertig jaar geleden.

Daartegenover staat een groeiende beweging van consumenten die op zoek zijn naar authenticiteit en duurzaamheid. «Ik ben ervan overtuigd dat mensen een meerwaarde zoeken, en onze 'makers' produceren iets wat men elders niet vindt. De boodschap die we hen willen geven: differentieer je, innoveer, ga niet op in de massa!»

De Vlaming heeft als maker een streepje voor, vindt de Unizo-baas. «We hebben een kennisvoorsprong, kennen een rijke geschiedenis van produceren en een ambachtelijke traditie», zegt hij. «Vlamingen zijn creatieve, harde werkers; ons nadeel is dan weer dat we niet trots genoeg zijn op onszelf en we ons nogal vaak wegcijferen. Bescheidenheid is een deugd, maar naar buiten toe moeten we dat zeker niet zijn.»

Drie jaar geleden lanceerde Unizo het label 'Handmade in Belgium'. «Omdat het woord 'ambacht' een oubollig beeld oproept», vindt Van Eetvelt. «Het moderne ambacht heeft niets met bij-

## BELGIUM

### «Het was dé oplossing voor mijn blessure»

«Elf jaar geleden knikte mijn voet altijd naar binnen, waardoor ik een probleem kreeg met de lies», getuigt voetbalanalist Wesley Sonck (36). «Die zool was voor mij gewoon dé oplossing.» Intussen is hij voetballer af, maar hij draagt nog altijd zolen van Borginsole. «Ik draag ze in al mijn schoenen», bevestigt de gewezen Rode Duivel. «Als ik een dag geen zool in mijn schoen heb liggen, voel ik dat direct.»

«Je mag me gerust een tevreden klant noemen, ja. Ik was een van de eerste voetballers met wie Paul samenwerkte. Als ik merkte dat een van mijn ploegmaats een probleem had, stuurde ik hem onmiddellijk door naar Borginsole.»

### «Topsporters screenen voor de perfecte zool»

«Elke zool is uniek, links en rechts, op maat van die ene persoon», steekt Paul Borgions (57), zaakvoerder van Borginsole, van wal. «Het is niet van: hier is een zool en leg die maar in je schoen.»

Podologie, innovatie en technologie zijn de termen die voortdurend terugkeren op de website van het bedrijf dat functionele zolen maakt voor podologen. Borgions is al dertig jaar actief en evolueerde van eenmanszaak naar een bedrijf met twaalf werknemers, die werken aan een zoolconcept dat gepatenteerd werd voor heel Europa.

«Wij focussen in onze praktijk heel

sterk op topsporters», vertelt Borgions. «Al meer dan tien jaar screenen we het A-elftal en de beloften van KRC Genk, we zijn er ook hoofdsponsor van de jeugd. Zo hebben we destijds Wesley Sonck leren kennen. Hij was blessuregevoelig en op zoek naar een goede zool om dat te verhelpen.»

Ons lichaam is een complex geheel waarin alles samenhangt, zegt Borgions. «Als we onze hiel opheffen, heeft dit een invloed op onze heupen, want die bewegen mee. Wat wij hier doen, is de beweging van de voet analyseren en daar een zool voor uitwerken. We vertrekken van een scan van beide voeten, genomen met een zelf ontworpen 3D-voetafdruk en digitaliseringssysteem. Met dit gekalibreerde systeem zetten we de voet om in 3D en kunnen we de assen bestuderen door

beweging te simuleren.» Dat levert uiteindelijk een zool op die 180 tot 220 euro kost, afhankelijk van het gebruikte materiaal. Naast topsporters werkt Borginsole vooral met kinderen van 6 tot 14 jaar. Borgions: «Bij hen proberen we de voetassen tijdens het groeiproces te beïnvloeden en te optimaliseren. Op hun veertiende stopt de zooltherapie meestal. Tegen dan moeten we fouten in hun stappatroom verholpen hebben.»

[www.borginsole.com](http://www.borginsole.com)



- De maker: Paul Borgions
- Het product: Borginsole schoenzolen
- De klant: voetbalanalist Wesley Sonck