



Borre Akkersdijk en Pasquale Natuzzi jr.

# U vraagt, wij breien

Printing on demand is inmiddels een algemeen geaccepteerd verschijnsel; knitting on demand heeft nog wat meer uitleg nodig. Die geven ze graag bij ByBorre, de Amsterdamse textielstudio van Borre Akkersdijk en Arnoud Havertag. Een intrigerende onderneming van het toekomstgerichte soort, want ByBorre is een ontwikkelplatform dat zich specialiseert in 3D-breisels. Door merken alleen te laten produceren wat nodig is, willen ze vervuiling

en overschotten tegengaan. Recent ontwierp ByBorre reliëfbreisels voor het Italiaanse bankenmerk Natuzzi, dat groot werd met leren zitmeubels.

## Hoe kwam dat zo?

**Borre Akkersdijk:** 'Het contact met directeur Pasquale Natuzzi jr. ontstond tijdens de Salone del Mobile. We merkten meteen dat we eenzelfde toekomst- en wereldvisie delen. Pasquale wil van het merk een hedendaagse entiteit maken en vroeg of wij daar met ByBorre onderdeel van wilden uitmaken.'

## Jullie ontwikkelen textiel voor zowel mode als interieur. Hoe overbruggen jullie de verschillen in kwaliteitswensen?

'Interieurtextiel moet langer mee en dus aan strenge kwaliteitseisen voldoen. Bij mode ligt dat vaak anders. Voor ons is een benadering waarbij er in de constructie van het textiel al nagedacht wordt over duurzaam eindgebruik juist logisch. We willen makers in alle industrieën in staat stellen om zulk textiel te maken. Aan ons de taak om te snappen wat hun eindproduct is. Het is een 360-gradenaanpak: hoe kunnen we het textiel functioneel passend maken, hoe kunnen we het esthetische DNA van het merk in het textiel krijgen, en heel belangrijk: hoe kunnen we dat zo verantwoordelijk en duurzaam mogelijk uitvoeren?'

## Hebben jullie het idee dat de markt snapt wat jullie proberen te bereiken?

'De oplossing voor overschot en vervuiling is dat we moeten kijken hoe we minder én beter produceren. Het huidige model vaart onder andere op massaproductie om tot een goedkope meterprijs te komen. Ons model stelt makers in staat een stof te produceren die betaalbaar is, ook in kleinschalige producties. De andere kant gaat over educatie: hoe leren we de eindgebruiker de juiste vragen te stellen en een mening te hebben over wat ze gebruiken? Dat kan alleen door het hele proces transparant te maken. Zodra consumenten begrijpen dat een stof of product goedkoop is omdat er te weinig betaald wordt voor grondstoffen, of dat de mensen die betrokken zijn in de productieprocessen uitgeknepen worden, willen ze het niet meer hebben.'

## Wat staat er voor moois op de planning?

'Veel! Dit jaar bijvoorbeeld een stoffencollectie voor Natuzzi. Verder zijn we erg trots op de in januari gelanceerde collectie tassen van het Japanse merk Porter by Yoshida. Zij hebben via ons hun eigen stof ontwikkeld ter viering van het 85-jarige bestaan. Er komen schoenen aan, onder andere van het Italiaanse outdoormerk Diemme. En andere spannende dingen waar we helaas nog niks over kwijt kunnen.'

