De mix van sociaal ondernemerschap en design van !SYOU

Wat een sneaker!

Samen met jong creatief talent uit ontwikkelingslanden een sneaker op de markt zetten, die niet alleen spectaculair mooi en goed is, maar ook nog eens de lokale creatieve industrie stimuleert en een internationale kruisbestuiving bewerkstelligt. !SYOU mixt sociaal ondernemerschap met design en flikte het! Wat een schoen!

Stel je voor. Je bent een kunstenaar die waanzinnig mooie dingen maakt. Kunst die gezien mag worden.

De metershoge muurschilderingen die je in Burkina Faso maakt ten spijt lukt dat op grote schaal niet. Totdat een Nederlandse dame ergens een piepklein tekeningetje van je ziet, je opspoort en vraagt mee te doen aan !SYOU. En dan gaat het balletje rollen. Je ontwerpen prijken op een nieuwe revolutionaire sneaker en op de verpakkingen. In coproductie met Nederlandse creatieven kom je tot nieuwe initiatieven. Het verhaal achter

de schoen wordt rondverteld, in Nederland, maar ook daarbuiten. Jouw profiel komt op de !SYOU-site en je kunt een langgekoesterde wens om tekenles te gaan geven aan kinderen, waar gaan maken. Je krijgt een deel van de opbrengst van iedere verkochte schoen. In de toekomst kom je ook nog eens in contact met kunstenaars in andere landen die ook in !SYOU gaan participeren.

I see you

Stel je voor! Voor Wilfried de Paul werd dit werkelijkheid. Dankzij !SYOU is één ding zeker: hij wordt gezien. Dat is dan ook de filosofie achter deze sneaker met de goedgetroffen naam; het klinkt als shoe maar staat voor I See You. De naam komt uit de koker van initiatiefnemer Merijn ten Thije zelf. Gezeten op een leeg biervat in het tijdelijke kantoor aan de Amsterdamse Vijzelgracht vertelt hij enthousiast over de betekenis van !SYOU. “Wij zien overal talenten”, stelt hij. Juist de DAC-landen, landen die door de OESO erkend zijn als ontwikkelingsland, vormen zijn inspiratiebron. Het idee om dat creatieve talent in ontwikkelingslanden te koppelen aan sneakers werd geboren tijdens zijn studie Bedrijfskunde. Tijdens een stage in Afrika zag hij hoeveel mogelijkheden dat continent bood. Tegelijkertijd constateerde hij dat de sneakermarkt enorm conservatief was en hunkerde naar iets nieuws.

Ten Thije bedacht een sneakerrevolutie waarbij niet alleen in cocreatie met talent uit DAC-landen aan verrassende ontwerpen wordt gewerkt, maar waarbij een teruggeefmodel ervoor zorgt dat de creatieve industrie in het DAC-land wordt gestimuleerd en creatieve talenten als Wilfried de Paul ook persoonlijk delen in de opbrengst. [zie kader] “Ik wil een sneakermerk neerzetten dat vanuit bepaalde idealen zo goed mogelijk gemaakt wordt”, aldus Ten Thije.

Design voor ontwikkeling

Na diverse grote NGO”s te hebben benaderd met zijn idee, vond hij gehoor bij Hester Ezra van het kleinere maatwerk leverende Butterfly Works (zie kader). “Sindsdien hebben we heel wat uurtjes samen doorgebracht”, lacht Hester Ezra aan de andere kant van de tafel. Ze vertelt hoe Merijn bij Butterfly Works kwam met een soortgelijk verhaal als Katja Schuurmans destijds had voor Return to Sender. “In het idee van Merijn zagen we meteen wat. Het sluit heel erg aan bij de filosofie van Butterfly Works om design te gebruiken om ontwikkeling tot stand te brengen. Merijn ging zelf ook direct uit van het idee van cocreëren, het gelijkwaardig samenwerken met talenten.”

Het zoeken van talenten is voor Ezra gesneden koek. Zelf ontwerper, reist ze voor Butterfly Works al tien jaar de wereld over om talent te vinden voor diverse projecten. Voor !SYOU rende ze in Burkina Faso “als een dolle tien dagen heen en weer”. Doel was het vinden van drie talenten: een ontwerper, een fotograaf en een copywriter. Ze lichtte haar netwerk in, sprak en bezocht zoveel mogelijk mensen en struikelde uiteindelijk bij toeval over een tekeningetje van tien bij vijftien centimeter. “Ik wist meteen: hem moeten we hebben!”. Na een zoektocht van twee dagen, overal rondvragend wie de man van dat kleine tekeningetje was, vond ze hem: Wilfried de Paul. Aan de muur van het Amsterdamse kantoor hangen voorbeelden van zijn grafisch aandoende tekeningen.

Petrovsky & Ramone
Stel je voor. Je bent een talentvol fotograaf in Burkina Faso. Wat zou het mooi zijn als je foto"s ook internationaal gezien worden. Stel je voor.
Ook voor François Ouédraogo betekende !SYOU een doorbraak. Hij deed mee aan een pitch, presenteerde een rake proefopdracht en werd gevraagd als fotograaf voor de eerste sneakereditie. De opkomende Nederlandse modefotografen Petrovsky & Ramone kwamen een week over naar Ouagadougou om samen met hem ter plekke de fotoshoot te doen.
De krakerige, galmende telefoonverbinding maakt het lastig om het verhaal van Ouédraogo zelf goed op te tekenen. Maar dat hij enthousiast is, is overduidelijk. "Magnifique", was het. En nee, al kende hij de Nederlandse dames vooraf niet, hij was direct onder de indruk van hun werk. Vooraf had hij met Hester Ezra doorgenomen wat hij graag zou willen leren, zodat de komst van het Nederlandse duo ook direct voor enige bijscholing kon zorgen. "Hun stijl van fotograferen is heel anders dan die van mij", vertelt Ouédraogo. "Dat was voor mij inspirerend; het kan allemaal wat losser. Verder heb ik heel veel geleerd over de belichting." Op de vraag wat de Nederlandse dames van hem hebben geleerd, volgt een bulderende lach. "Daar waag ik me niet aan. Dat durf ik echt niet te zeggen."

Op sleeptouw
Ten Thije wijst erop dat ook los van die ene week ware cocreatie er ook een verdere uitwisseling op gang is gebracht. Hij vindt het geweldig om te zien dat Petrovsky & Ramone op Facebook aan François laten weten dat hij in Amsterdam kan deelnemen aan een fotowedstrijd. "hij heeft die dames daar een week mee op sleeptouw genomen. Talent meets talent. Je ziet dat er dan echte uitwisseling ontstaat." Hij vertelt hoe ook de copywriter daar constant teksten "heen en weer pingpongt" met iemand hier in Nederland. "Supermooi dat dat kan."
Ezra en Ten Thije tonen het resultaat van de fotoshoot en de beelden die zijn gemaakt van de shoot zelf. Want het verhaal van de wording, dat komt ook weer op de site. Ten Thije: "We willen het verhaal vertellen van het product, het talent voorstellen. Dat is ook de reden dat de sneaker alleen online verkrijgbaar is. Op de site kun je dat, ondersteund door filmpjes en foto's, heel goed laten zien wat de filosofie achter deze sneaker is."
Hoe mooi die filosofie in elkaar steekt wordt in dit Amsterdamse tijdelijke kantoor prachtig duidelijk. Met filmpjes en foto"s ondersteunen Ten Thije en Ezra hun verhaal waarbij keer op keer gewezen wordt op de mooie coproductie. We zien hoe in Burkina Faso in een zeefdrukkerij op biokatoen de tassen gedrukt worden die de TEDx-bezoekers kregen. (zie kader) Het design erop is van Wilfried de Paul, het etiket eraan is ontworpen door het Nederlandse bureau Day. Ten Thije wijst op een tekening aan de muur van kartonnen kokers met daarop het grafische werk van De Paul. "Dat worden onze schoenendozen." De kokers gaan vervolgens in een gezeefdrukte tas op biokatoen."

Zeefdruk
Ezra benadrukt dat !SYOU op kleine schaal de zeefdrukindustrie - in Afrika zwaar onder druk door goedkope Chinese producten – te stimuleren. Dat

zelfde geldt voor het biokatoen. Er wordt nog te weinig van afgenomen voor fabrieken om daar een tak voor op te zetten. Ezra vond een samenwerkingspartner die het wel met hart en ziel doet. “Je kunt zeggen dat !SYOU een druppel op de gloeiende plaat is, maar we doen het wel. Vanuit Nederland komt er een hele subtiele boodschap. Je laat zien kwaliteit in biokatoen mogelijk is. We zagen ook bij Return to Sender hoe ongelooflijk veel dat kan doen met de *public awareness* in Nederland.”
In Burkina Faso zelf is zo’n boodschap niet overbodig. Het gevoel dat de creatieve sector een belangrijk onderdeel kan zijn van de economie leeft daar nauwelijks. De kanga’s met afdrukken van de president erop die veel vrouwen daar bij officiële bijeenkomsten dragen, laat de president in China drukken. Ezra: “Dat geeft geen impuls aan de lokale creatieve industrie. Het is geen teken van waardering van het ontwerptalent en de vakkennis die in het land wel degelijk aanwezig is. Die boodschap willen we met !SYOU, hoe subtiel ook, wel afgeven.”

Colombia
Stel je voor. Je bent jong, woont in Colombia en barst van het talent. Je zoekt naar wegen om gezien te worden; binnen maar ook buiten Colombia.
Ook in Colombia krijgt jonge creatieven de kans om te laten zien wat ze kunnen. Na de aftrap in Burkina Faso is Colombia het volgende land dat !SYOU aandoet. Op een eerste oproep in lokale kranten en universiteitsbladen stromen al honderden aanmeldingen binnen. De verwachting is dat in Colombia niet wordt ingezet op biokatoen maar op leer. Het is de bedoeling om straks het jonge talent in Burkina Faso in contact te brengen met de !SYOU-talenten uit Colombia. Ezra: “We gaan Zuid-Zuid met elkaar verbinden.” Die olievlek zal steeds verder groeien naarmate er meer landen mee gaan doen.
Ten Thije kan niet wachten tot de volgende edities uit nieuwe landen uit de fabriek in Portugal rollen. Dat de schoen nog wel daar gemaakt wordt, komt doordat het niet lukte in Burkina Faso een fabrikant te vinden die de gezochte kwaliteit maakt en ook nog goede arbeidsomstandigheden biedt. Voor ieder detail van de schoen wordt dat wel nagestreefd. Ten Thije toont de sneakers – erg mooi trouwens – en wijst op een detail in de schoen. Het is gemaakt van gevlochten hergebruikt plastic uit Burkina Faso. De veters komen uit de zeefdrukkerij. Voor de koperen oogjes lukte dit niet. In de gieterij die Ezra bezocht, werd op badslippertjes zonder enige bescherming gewerkt met het kokende materiaal. Ten Thije: “We willen een kwaliteitsproduct waarbij we zeker weten dat het onder eerlijke omstandigheden wordt gemaakt. We willen dat de consument het verhaal achter de schoen kent en een warm hart toedraagt, maar vooral ook de schoenen koopt omdat ze gewoon waanzinnig mooi zijn en lekker zitten.”

Hij vertelt hoe hij na zijn studie aanbiedingen voor mooie banen afsloeg omdat dit, het bewerkstelligen van een sneakerrevolutie en daarmee ook nog eens iets betekenen voor ontwikkelingslanden, is wat hij wilde doen. Bloed, zweet en tranen, heeft hij erin zitten. Nachten doorwerken. Buffelen op een leeg biervat. Hij straalt als hij vertelt over wat het oplevert. Bijvoorbeeld de enorme *boost* die het geeft aan een kunstenaar als Wilfried de Paul om zijn ontwerpen op sneakers gedrukt te zien, op affiches,

schoenenkokers, tasjes.

Beeldvorming
Ten Thije wil de beeldvorming over ontwikkelingslanden te veranderen. Noem de schoen dan ook vooral geen “sneaker tegen armoede” wat dat slaat de plank totaal mis. “We doen niet aan armoedebestrijding. We willen de wereld niet redden. Wat wij doen is samenwerken met het enorme talent uit die landen.” Hij toont prachtige foto”s van François Ouédraogo waarop een groep modern geklede jonge Afrikanen opgewekt rondhangt. “Het laat zien dat het groepsgevoel, de passie voor muziek en mode, hetzelfde is als wij dat hier kennen. Een totaal ander beeld dan dat van een kind met een vlieg in het oog.”
Zo hoopt hij ook voor Colombia, het land dat toch vooral wordt geassocieerd met drugs en geweld, iets te kunnen kantelen in de beeldvorming. “Wij kiezen juist voor de landen die niet erg standaard zijn. Landen waarin creatief talent wel degelijk aanwezig is, maar weinig kansen krijgt.”
Als het !SYOU aanslaat bij de consument kan het groot worden, denkt Ten Thije. Hoe meer landen betrokken worden, hoe groter het internationale netwerk dat ontstaat. “We zijn nu nog een echte Calimero. Super klein maar met grote ambities. Ik doe alles wat binnen mijn macht ligt om het tot een succes te maken.“
De eerste sneakers zijn in een oplage van 600 sinds kort online verkrijgbaar. Op de site (www.isyou.com) kun je zien waar je de schoen kunt gaan passen. Ten Thije: “Het doel is natuurlijk om na de kleine eerste oplage steeds verder uit te groeien. Als de sneaker goed gaat lopen, kunnen we steeds meer talent gaan ondersteunen. Uiteindelijk is het aan de consument hoeveel we voor anderen kunnen betekenen.”

[kader]**Het teruggeefmodel van !SYOU**
Een sneaker van !shoe kost €150,-. Van dat geld gaat tien procent terug naar het jonge talent (tot 35 jaar). Tien euro krijgen de talenten rechtstreeks, 5 euro wordt besteed aan het begeleiden van het talent. De deelnemende ontwerpers, fotografen, tekstschrijvers en eventueel ook ander creatief talent schrijven een businessplan om hun eigen creatieve business een impuls te geven. Voorwaarde is dat zij daarmee ook minstens 150 anderen in hun omgeving moeten beïnvloeden. De kunstenaar Wilfried de Paul wil dit bijvoorbeeld gaan doen door zich op het kunstonderwijs te richten.

[kader] **TEDx**
Ceci n’est pas un sac! Niet zomaar een tas, maar een tas gemaakt in Burkina Faso van biokatoen, bedrukt met het artwork van de lokale kunstenaar Wilfried de Paul in een plaatselijke zeefdrukkerij. Daarmee trok !SYOU in november 2009 de aandacht van een bijzonder publiek. Alle 550 binnen- en buitenlandse bezoekers van TEDx, de eerste Nederlandse editie van het in Amerika befaamde congres over Technologie, Entertainment en Design (TED), kregen bij binnenkomst de tas cadeau. “This is not a bag, this is cocreation”, zegt Merijn Ten Thije. “Waanzinnig dat al die mensen nu het resultaat daarvan in handen hadden.”

[kader] **Butterfly Works**
Butterfly Works is een *social design agency* waarin design leidend is voor het beantwoorden van internationale sociale vraagstukken. Een team van creatieve geesten koppelt design aan inhoud. Het bureau kreeg vooral veel bekendheid als een van de founding fathers van Katja's Schuurmans Return To Sender. Dit project koopt tegen een eerlijke prijs bijzondere producten in de armste gebieden van de wereld om die in de Hema te verkopen. De winst gaat terug naar locale productenten en educatieve projecten.
In 1999 richtte Hester Ezra samen met Emer Beamer en Ineke Aquarius Butterfly Works op. Een webdesignopleiding voor jongeren in de sloppenwijken van Nairobi was hun eerste project. Van de VN kreeg Butterfly Works een onderscheiding voor het project The World Starts With Me, waarin Afrikaanse jongeren via de computer seksuele voorlichting krijgen.