

ANTWERPEN

INNOVATIEF, DUURZAAM EN WINSTGEVEND VLAANDEREN

Zes weken lang plaatst Trends met Trends Business Tour verrassende ondernemingen in Vlaanderen en Brussel in de kijker. Stuk voor stuk interessante ontdekkingen die benadrukken hoeveel ondernemerschap, innovatie en duurzame winstgevendheid Vlaanderen biedt. WOLFGANG RIEPL, FOTOGRAFIE KRIS VAN EXEL



Liefst 203 bedrijven stelden zich dit jaar kandidaat voor de vijfde editie van Trends Business Tour. Trends selecteerde, samen met een eminente jury, vijf bedrijven per provincie. Met als belangrijkste criteria: innovatie, duurzaamheid, en dat doorgaans gekoppeld aan een gezonde en winstgevende groei. Welke bedrijven wer-

ken aan vernieuwing en kunnen hun spraakmakende innovaties vol toegevoegde waarde ook wereldwijd in de markt plaatsen? En hoe duurzaam en winstgevend zijn die innovaties?

Een jury, met het revisoren- en advieskantoor BDO, de bank ING, de financiële databank Roularta Business Information en de redactie van Trends

nam de kandidaturen onder de loep. Zes weken lang stellen we u uit alle Vlaamse provincies en het Brussels Gewest telkens vijf markante, verfrissende en verrassende bedrijven voor. ☺

Deze week: Antwerpen
Volgende week: Limburg



ACTIVITY

DE VIRTUELE ENERGIECENTRALE

Actility Benelux is een pionier van het internet der dingen. Het doet aan energiebeheer voor onder meer Colruyt, IJsboerke en KBC. SVEN VONCK

Actility Benelux is een jonge onderneming met twee kernactiviteiten. De focus lag vooral op de energiemarkt toen het bedrijf drie jaar geleden werd opgericht. Het bedrijf wou met het internet der dingen inspelen op de grote behoefte aan slim energiebeheer. “Op het elektriciteitsnetwerk moeten vraag en aanbod altijd perfect in balans zijn”, duidt Cedric De Jonghe, die verantwoordelijk is voor de energietak van Actility. “In het verleden namen grote gascentrales die taak op zich. Dat is natuurlijk ontzettend duur, vergt grote investeringen en zorgt ook voor een aanzienlijke CO2-uitstoot. Wij bieden een alternatief: we werken samen met grote energieverbruikers en beheren slim hun energiec capaciteit.”

Op momenten dat er een tekort is op de energiemarkt, kan vanop afstand en helemaal automatisch het verbruik bij een ijsproducent worden verminderd door de tijdelijke uitschakeling van de

diepvriezers. Of bij waterbedrijven kunnen de pompen perfect worden ingezet in functie van de beschikbaarheid van duurzame energiebronnen zoals wind- of zonne-energie. “We creëren een virtuele energiecentrale via de regeling van het energieverbruik bij ondernemingen. Wie meer hernieuwbare energie in het systeem wil introduceren, heeft behoefte aan een verregaande flexibiliteit.”

Voor zijn activiteit ontvangt Actility een vergoeding van de netbeheerder Elia. Een deel vloeit verder naar de ondernemingen die deel uitmaken van

ACTILITY

Bron: Nationale Bank/Actility

In duizend euro	2015	2013
Brutomarge	402	-42
Bedrijfsresultaat	360	-42
Solvabiliteit	10%	62%
Aantal werknemers ⁽¹⁾	9	4

⁽¹⁾ Medewerkers, ook op zelfstandige basis

Actility's virtuele energiecentrale. Onder hen ronkende namen, zoals IJsboerke, de watermaatschappijen Aquafin en De Watergroep, Colruyt, KBC en verschillende ziekenhuizen.

Smart Cities

Op de telecommarkt is Actility dan weer volop bezig met de invoering van een nieuw communicatienetwerk. Het gaat om een LPWA-netwerk (*Low Power Wide Area*). Het is een communicatietechnologie die net als 3G en 4G een reikwijdte van vele kilometers heeft, maar daarbij heel weinig energie verbruikt. “Die technologie is onmisbaar in de ontwikkeling van zogenaemde Smart Cities, waar bijvoorbeeld de verkeersstroom automatisch wordt gestuurd in functie van de beschikbare parkeerplaatsen of waar de straatverlichting wordt aangepast in functie van de weersomstandigheden”, meldt Lode Van Halewyck, verant-

“Wie meer hernieuwbare energie in het systeem wil introduceren, heeft behoefte aan een verregaande flexibiliteit”

woordelijke voor de telecomafdeling. Zowel Proximus (voor België) als KPN (Nederland) koos voor Actility bij de uitbouw van een nationaal LPWA-netwerk. Dat deed het bedrijfsresultaat sterk klimmen. Ook de omzet uit de energie-activiteiten groeit gestaag, waardoor de starter al na twee jaar uit de rode cijfers klom. ©



CEDRIC DE JONGHE EN LODE VAN HALEWYCK
“We werken samen met grote energieverbruikers en beheren slim hun energiec capaciteit.”

BALTIMORE AIRCOIL INTERNATIONAL

GROEI DOOR DUURZAAMHEID

Baltimore Aircoil International is een topspeler in koelapparatuur voor de professionele markt. Vanuit het Europese hoofdkantoor in Heist-op-den-Berg rolt het de wereldwijde duurzaamheidsstrategie uit. WOUTER TEMMERMAN

BALTIMORE AIRCOIL INTERNATIONAL

Bronnen: Nationale Bank

In miljoen euro ⁽¹⁾	2014-2015	2011-2012
Omzet	105	99
Bedrijfsresultaat	9	5
Solvabiliteit	27% ⁽²⁾	28%
Aantal werknemers	370	358

⁽¹⁾ boekjaar van begin oktober tot eind september
⁽²⁾ met overige schulden

Baltimore Aircoil International uit Heist-op-den-Berg maakt toestellen voor verdampingskoeling en thermische opslag. In het gamma zitten onder andere koeltorens, condensoren en ijsaccumulatieoestellen.

Baltimore Aircoil helpt zijn klanten met airconditioning (hotels, kantoren), met het koelen van industriële processen en met industriële koeltechniek, onder meer in de voedingsindustrie. Die toepassingen maken bij voorkeur gebruik van verdampingskoeling, benadrukt CEO David Jacobs. “Koeling via het verdampen van water is tot viermaal efficiënter dan koeling via droge lucht en verlaagt daardoor de CO2-voetafdruk significant. Sinds drie jaar investeren we zwaar in duurzaamheid. We wilden vermijden dat de markt zou opschuiven naar de minder duurzame systemen met droge lucht.”

De groep nam een wereldwijde duurzaamheidsmanager in dienst die vanuit

het Europese hoofdkantoor in België de strategie ontwikkelt. Een concrete ingreep was de integratie van een levenscyclusanalyse voor de productontwikkeling. Daarmee kan Baltimore Aircoil bepalen in welke mate innovatieve technologieën bijdragen tot het verhogen van de duurzaamheid van de producten.

Geïntegreerde strategie

Volgens Marianne Fernagut, het wereldwijde hoofd duurzaamheid, heeft de levenscyclusanalyse de productontwikkeling duidelijk versneld. “De specifieke producteisen zijn sneller concreet en zo selecteren we sneller onze partners. De levenscyclusanalyse staat echter niet op zich. Ze is een onderdeel van een geïntegreerde strategie rond duurzaamheid, met aandacht voor alle productiestapelingen, de logistieke keten en de werkomgeving van de werknemers.”

De producten van Baltimore Aircoil hebben een lange levenscyclus, tot twintig jaar, maar toch merkt het bedrijf nu al een positieve impact. “Het

“Onze nieuwe producten kannibaliseren steeds weer deels onze vorige generatie”

is misschien nog wat vroeg, maar we zien nu al hoe de producten die we naar de markt brengen de vorige generatie deels kannibaliseren”, weet David Jacobs. “De rol van duurzaamheid in onze groeicijfers is niet te onderschatten. Dankzij de inspanningen waarmee we duurzaamheid in de productontwikkeling integreren, bieden we vandaag de producten aan die de markt vraagt rond normering en design.” © ➔



DAVID JACOBS
“Sinds drie jaar investeren we zwaar in duurzaamheid.”



INTERVEST OFFICES & WAREHOUSES

NIET SUF, MAAR INSPIREREND

De vastgoedvennootschap Intervest zet volop in op de kantoren van de toekomst: flexibele, duurzame en inspirerende werkplekken waar de gebruiker centraal staat. SVEN VONCK

JEAN-PAUL SOLS
"Er is een groot aanbod in de kantoormarkt. Dat dwingt tot innovatie."

INTERVEST OFFICES & WAREHOUSES

Bron: Nationale Bank/jaarverslagen

In miljoen euro	2015	2011
Vastgoedbeleggingen	634	581
Operationeel vastgoedresultaat	44	36
Solvabiliteit	81%	48%
Aantal werknemers	29	23

Besparing

Het concept is de standaard voor de nieuwe kantoorprojecten van de vastgoedvennootschap, zoals de vernieuwing van Diegem Campus. Ook op de logistieke markt zet Intervest in op duurzaamheid. Het voorziet alle gebouwen van ledverlichting, wat een gigantische besparing betekent in hallen waar 24 uur op 24 wordt gewerkt.

In 2019 moet de vastgoedportefeuille van Intervest stijgen van 634 miljoen naar 800 miljoen euro. "We streven naar een portefeuille met 60 procent

Greenhouse Antwerp is het vlaggenschip van Intervests visie op kantoorruimte. Intervest renoveerde het gebouw uit 1988. Met 50.000 planten heeft het kantoorgebouw een van de grootste groene kantoorgevels in België. De groene gevel vermindert luchtverontreinigende stoffen zoals fijnstofdeeltjes en koolstofdioxide. En het groen op de gevel zorgt voor een betere isolatie. De binnenkant van het gebouw speelt helemaal in op de nieuwe evoluties in de kantorenmarkt. Bedrijven zoeken niet langer naar een bezetting

"We denken niet enkel in termen van beschikbare ruimte en verhuurde vierkante meters"

voor de volle 100 procent van hun personeel. Ze streven eerder een bezetting van 80 procent na, terwijl de overige ruimtes flexibel ingevuld worden. "Er is een groot aanbod in de kantoormarkt. Dat dwingt tot innovatie", duidt Sols.

investeringen in logistiek en 40 procent in kantoren. En we zoeken ook verder naar interessante hotspots in een straal van 150 kilometer rond Antwerpen, waardoor ook de buurlanden een potentieel actieterrain vormen." ©

De beursgenoteerde vastgoedvennootschap Intervest Offices & Warehouses investeert in Belgische kantoorgebouwen en logistieke panden. "We willen onze gebouwen zo geschikt mogelijk maken voor de klanten. In tegenstelling tot traditionele vastgoedvennootschappen denken we niet enkel in termen van beschikbare ruimte en verhuurde vierkante meters", vindt CEO Jean-Paul Sols.

De kantoormarkt is de voorbije jaren sterk veranderd. Het Nieuwe Werken raakt ingeburgerd. Door de technologische evolutie is een werkplek niet langer gelieerd aan een kantoor. "Jongeren verwachten dat het bedrijfskantoor vooral een inspirerende plek is. Dat betekent dat we als vastgoedvennootschap voor elke kantoorruimte een oplossing op maat moeten bieden die inspeelt op de bedrijfscultuur van de onderneming. Uiteindelijk is een gebouw enkel hardware, terwijl wij ook de software ontwikkelen in de vorm van een huisvestingsoplossing."

PARCIFY

PAKJE VINDT KLANT ALTIJD

Parcify pakt het probleem van gemiste leveringen aan met technologie. Zo staat de koerier nooit meer voor een gesloten deur. SVEN VONCK

Parcify ontstond twee jaar geleden, toen de Limburgse ondernemer Jonas Coenen en Patrick Leysen – toen logistiek verantwoordelijke e-commerce bij Delhaize – elkaar toevallig ontmoetten. Beide mannen deelden een frustratie: je kan gemakkelijk iets online bestellen, maar de levering van de pakjes blijft een logistieke uitdaging. "In steden wordt de levering van liefst een vijfde van de pakjes gemist", zucht Patrick Leysen, CEO van Parcify. "De koerier staat voor een gesloten deur en er is een tweede leveringspoging nodig. Elke dag rijden heel veel bestelwagens nutteloos rond in de stad. Dat is inefficiënt en creëert veel frustraties bij de consument."

Gps-locatie

De starter ontwikkelde een app die dat probleem moet verhelpen. Bestellingen worden afgeleverd bij Parcify,

dat vervolgens fietskoeriers uitstuurt die de laatste kilometers overbruggen. De pakjes worden niet geleverd aan een vooraf opgegeven adres, maar wel aan de gps-locatie van de smartphone van de klant. Zo worden pakjes altijd afgeleverd op de plek waar die zich op dat moment bevindt. Zelfs op een terrasje of tijdens een wandeling met de hond. "Het is onze ambitie dat je nooit meer moet nadenken over de levering van een pakje, want dat komt automatisch bij jou terecht. Daarmee heeft de consument voor het eerst alle controle in handen", hoopt de CEO.

Parcify werkt samen met webshops die naast de traditionele leveringsmogelijkheden, zoals leveren aan huis of bij een afhaalpunt, hun klanten ook een premiumoptie willen bieden. Er loopt al een proefproject met de Nederlandse webwinkel Bol.com. Maar internethoppers kunnen Parcify bij elke web-

shop als leveringsmethode gebruiken. De app-gebruikers geven een virtueel leveringsadres van Parcify op, dat dan het pakje aflevert. "Met die activiteit kunnen we sterk groeien. We zijn niet afhankelijk van de technische integratie van onze app in elke webshop."

Match met bpost

Ook bpost gelooft in de nieuwe app en het nam dit jaar een participatie in de starter. "We waren op zoek naar een strategische partner die niet alleen kapitaal kon injecteren, maar ook toegevoegde waarde kon bieden met marktkennis en een consumentensvisie. Het is een goede match. We kunnen elkaar veel bijbrengen. Wij zetten in op een technologie die in een stad veel comfort biedt, terwijl bpost een ontzettend sterk logistiek netwerk heeft."

Parcify telt veertien werknemers en

"Het is onze ambitie dat je nooit meer moet nadenken over de levering van een pakje"

is voorlopig enkel actief in Antwerpen en Brussel. "We mikken altijd op steden, zodat ons model efficiënt kan draaien", duidt Leysen. Het bedrijf heeft internationale ambities: begin volgend jaar volgt de stap naar Nederland. De starter, opgericht in de zomer van 2015, legde nog geen balans neer. ©

PATRICK LEYSEN
"We zijn niet afhankelijk van de technische integratie van onze app in elke webshop." ➔





TRI-VIZOR

MINDER VRACHTWAGENS, MEER RENDEMENT

Slimme logistieke samenwerkingen. Met die formule wil Tri-Vizor het aantal lege vrachtwagens op onze wegen terugdringen. Want liefst een op de vier rijdt leeg rond. WOUTER TEMMERMAN

ALEX VAN BREEDAM
"Almaar meer bedrijven zien een toekomst in het delen van capaciteit."

TRI-VIZOR

Bron: Nationale Bank

In duizend euro	2015	2011
Brutomarge	225	-5
Bedrijfsresultaat	81	-128
Solvabiliteit	51%	*
Aantal werknemers	2	1

* Negatief eigen vermogen

Concurrerende bedrijven overtuigen van het nut van gezamenlijk transport en multinationals overhalen samen hun producten op te slaan. Dat is in een notendop de missie van Tri-Vizor uit Niel.

Het bedrijf kon al de multinationals Nestlé en PepsiCo overtuigen. Voortaan gebruiken de voedingsgiganten hetzelfde magazijn en delen ze vrachtwagens voor de levering aan hun klanten. "Nu rijdt een op de vier vrachtwagens in Europa leeg rond", zegt CEO Alex Van Breedam. "De gemiddelde beladingsgraad van de vrachtwagens met een lading bedraagt amper 57 procent. Door de korte levertijd van onlinebestellingen zal dat cijfer verder dalen."

E-commerce opent ogen

De behoefte aan oplossingen voor dat probleem is dus een groeimarkt. Daar maakt Tri-Vizor gebruik van. De onderneming zorgt voor een betere benutting van de vervoerscapaciteit via samen-

werkingsverbanden tussen bedrijven met complementaire goederenstromen.

De start was nochtans moeilijk. Toen ze haar bundelingsmodel enkele jaren geleden naast het groepagemodel van de klassieke transporteurs plaatste, botste de onderneming op onbegrip. De doorbraak van e-commerce bracht ver-

"Schaarse capaciteit verspillen zal geen optie meer zijn"

andering. "Gratis leveren de dag nadien zal problemen scheppen als de onlineverkoop blijft groeien. Er is behoefte aan almaar meer bestel- en vrachtwagens, maar de congestie is nu al amper houdbaar en er zijn nu al te weinig chauffeurs. E-commerce heeft de ogen geopend, almaar meer bedrijven zien een toekomst in het delen van capaciteit. Zo kunnen ze hun logistiek niet

alleen kostenefficiënter, maar ook duurzamer maken."

Het succes maakt van Tri-Vizor een gestaag groeiende onderneming. Ze focust op haar rol als architect van goederenstromen en stootte haar operationele controlesysteem af via een verkoop van een eigen ontwikkeld softwarepakket aan Ahlers. "We speelden een dubbele rol", duidt medevennoot Bart Vannieuwenhuysse. "We waren tegelijk de architect en de aannemer, terwijl dat net twee partijen zijn die elkaar moeten controleren."

Voor Tri-Vizor zijn slimme bundelingen maar een eerste stap. Het wil de volgende jaren zijn steentje bijdragen aan een nieuwe transportwereld, die het vergelijkt met hoe data via het internet verzonden worden. "Wat wij doen, is een verre voorloper van een *physical internet* voor logistiek. Tegen 2050 wil de sector op een slimme manier opslag- en transportcapaciteit kunnen delen. Schaarse capaciteit verspillen zal geen optie meer zijn." ©