

BRUSSEL

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



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: Brussel

AUDI BRUSSELS

AUTOPRODUCENT PLANT DUIZEND EIKEN

Audi Brussels pronkt met de komst van een volledig elektrisch model naar Vorst, maar voor de directie is dat niet het enige duurzame accent. "Een duurzame productiecontext is even belangrijk." WOUTER TEMMERMAN

PATRICK DANAU
"Onze warmtepomp is een primeur in de Volkswagen-groep en in de hele sector."



Het Audi Ultra-plan. Onder die vlag bundelt de autoproducent zijn beste ecologische, economische en sociale ideeën. "Efficiëntie is een stelregel geworden in de omgang met grondstoffen, de energieproductie en het energieverbruik", zegt Patrick Danau, de algemeen directeur van Audi Brussels.

Wat zijn de doelen van Audi Ultra? De autoproducent in Vorst wil onder meer de CO₂-uitstoot tegen 2018 met een kwart verminderen in vergelijking met 2011. En in 2020 wil de fabriek voor 60 procent CO₂-neutraal kunnen produceren. Dat is al te merken aan een gloednieuwe voorbehandelingslijn in de lakafdeling en aan een innovatieve warmtepomp. Die installatie vangt niet-gebruikte energie op en leidt die naar andere installaties. "Dat is een primeur in de Volkswagen-groep en in de hele sector", zegt Danau.

Andere duurzame ingrepen zijn een warmtekrachtkoppeling en een nieuwe waterzuivering. Ook de historische

bodemvervuiling op de site pakt Audi aan. "We waren niet de oorzaak van de vervuiling, maar we willen op die manier iets teruggeven aan de maatschappij. Maar milieuvervuiling stopt niet aan de poorten van de fabriek. We kijken ook verder dan onze Audi Ultra-projecten."

Vruchten

In het Solvay-park in Terhulpen plantte de autobouwer bijvoorbeeld drie hectare eikenbos, goed voor 1000 eiken. En samen met de Technische Universiteit van München en het Waals Gewest startte Audi een onderzoeksproject voor de lange termijn. De bomen staan 14 tot 30 centimeter uit elkaar en het project bestudeert de invloed van de verschillende afstanden op de CO₂-opname, de groei en de interactie in het ecosysteem. "Onderzoekers zullen de groei over een periode van meer dan 100 jaar bestuderen", legt Patrick Danau uit.

De initiatiefnemers zullen zelf niet

meer weten of het project vruchten afwerpt, maar bij andere ingrepen houdt Audi Brussels wel de vinger aan de pols. Vooral de waterzuivering laat zich nu al voelen. "In 2016 zullen we ongeveer 120.000 kubieke meter water minder hebben verbruikt dan in 2015", zegt Patrick Danau. "Dat komt neer op een besparing van 1 kubieke meter per wagen. Alles samen is dat goed voor een besparing van 400.000 euro."

Audi Brussels ziet ook al een terugval van het energieverbruik dankzij de warmte-krachtkoppeling. "Die investeringen zouden meer aandacht moeten krijgen", zegt Danau. "Het debat over duurzaamheid in onze sector focust sterk op de CO₂-emissie van de wagens, maar de klant van morgen zal niet enkel naar het product kijken. Ook de omstandigheden waarin we dat product maken, zullen meetellen in de aankoopbeslissing. Wat we nu doen, is pas het begin. We streven naar een onderneming die in haar energiebehoefte kan voorzien." ©

EDF LUMINUS

SOCIAAL EN ENERGIEZUINIG

Een energieleverancier en een socialehuisvestingsmaatschappij slaan de handen in elkaar voor minder energieverbruik. Een primeur eigen land. GUY VAN DEN NOORTGATE

De producent van hernieuwbare elektriciteit en leverancier van energiediensten EDF Luminus is de belangrijkste uitdager op de Belgische energiemarkt. De onderneming heeft met 1972 MW ongeveer 10 procent van de capaciteit in ons land. Onder het merk Luminus verkoopt de onderneming elektriciteit, gas en energiediensten aan 1,8 miljoen particuliere en professionele klanten, wat neerkomt op een marktaandeel van ongeveer 20 procent.

Daarnaast heb je de Anderlechtse Haard, een van de grootste instellingen voor sociale huisvesting in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. De onderneming is eigenaar van meer dan 3700 sociale woningen Anderlecht en beheert ongeveer 400 individuele woningen en grote woonblokken uit de jaren zeventig. Op 15 juni ondertekenden EDF Luminus en de Anderlechtse Haard het allereerste multisite-energieprestatiecontract in België.

"Het contract omvat de renovatie van vijftien ketelhuizen in een veertigtal gebouwen", verduidelijkt Pascale-Marie Barriquand, senior advisor corporate social responsibility bij EDF



GRÉGOIRE DALLEMAGNE
De CEO van Luminus slaat de handen in elkaar met een socialehuisvestingsmaatschappij.

vermindering van zijn koolstofvoetafdruk, nieuwe installaties voor de opwekking van warmte en elektriciteit, het volledige onderhoud van alle uitrusting en een jaarlijks besparing op de energiefactuur van 266.000 euro." EDF Luminus treedt voor dit project op als derde investeerder en dienstverlener, samen met de dochterondernemingen

Anderlechtse Haard worden met concreet, innovatief en duurzaam advies gesensibiliseerd voor de ecologische voetafdruk die ze achterlaten. Of zoals Bruno Lahousse, directeur-generaal van de Anderlechtse Haard, benadrukt: "Met zulke innoverende contracten kunnen we ervoor zorgen dat we sociale woningen tegen een betaalbare prijs verder kunnen verhuren, in het belang van de huurders."

Dat energieprestatiecontract is een primeur: EDF Luminus wil het er niet bij laten. "In België kunnen heel wat groepen geïnteresseerd zijn in dit type van globaal contract", bevestigt Pascale-Marie Barriquand. "Ik denk aan scholen, ziekenhuizen, woonblokken en logistieke magazijnen." Volgen Barriquand kunnen klanten uit de industrie en de dienstensector profiteren van zulke contracten. "Het potentieel aan energiebesparingen in België is bijzonder hoog." ©

"Het potentieel aan energiebesparingen in België is bijzonder hoog"

Luminus. "Het betreft 31 verwarmingsketels, 6 warmte-krachtkoppelingseenheden, 15 nieuwe warmtehuishoudingsystemen en 4 fotovoltaïsche installaties. EDF Luminus creëert ook de structuur voor het onderhoud van de installaties en verzekert de energieprestatie van alle gebouwen op lange termijn. De Anderlechts Haard zal genieten van een

die het onlangs overnam (Dauvister, Vanparijs Engineers en ATS).

Sociale dimensie

De verbetering van de energieprestatie beperkt zich niet tot de verlaging van de energiefactuur. Ze omvat ook heel duidelijk een sociale dimensie: de bewoners in de woningen van de

ENERGIRIS

COÖPERATIE TEGEN ENERGIEVERSLINDERS

België staat mee aan de kop voor fiscale druk in Europa. Hoe dan nog investeren in broodnodige infrastructuur, zoals vernieuwing van schoolgebouwen? Het Brusselse Energiris biedt een oplossing. GUY VAN DEN NOORTGATE

Er sluimert vandaag een slordige 250 miljard euro op de spaarboekjes. Waarom een deel daarvan niet elders beleggen? Sinds april 2014 hebben de spaarders alvast één mogelijkheid, en ze levert een dividend op van 3 procent: Energiris.

De cvba is een burgerinvesteringfonds dat via verschillende filialen (Easycogen, Easynergy, Blue Tree) projecten rond duurzame energie financiert, specifiek gericht op openbare gebouwen, scholen en bedrijven. Particulieren kunnen voor 250 euro per aandeel coöperant worden, met een limiet van twintig aandelen per persoon.

Energiris bestaat twee jaar en telt 261 leden (van wie 59 op een wachtlijst).

Naast het financiële aspect, wijst Energiris de burgers ook de weg naar een duurzame investering.

“Als België in 2050 voor de volle honderd procent hernieuwbare energie wil gebruiken, zullen investeringen van 300 tot 400 miljard euro nodig zijn, zoals blijkt uit een gemeenschappelijke studie uit 2012 van ICEDD, VITO en het Planbureau”, benadrukt gedelegeerd bestuurder Ismaël Daoud.

Daoud, gewezen politiek adviseur van de Brusselse minister van Energie Evelyne Huytebroeck (Ecolo), is goed vertrouwd met de energietransitie. Net zoals het team van Energiris: het heeft acht specialisten in huis, met daarnaast drie onafhankelijke experts en twee

accountants “die erover waken dat alles correct verloopt, tot na de komma.”

Via een financiële constructie kunnen de klanten van Energiris aanzienlijke besparingen realiseren op hun energiefactuur, via installaties die een hogere energie-efficiëntie bieden en het gebruik van hernieuwbare energiebronnen bevorderen. Heel wat openbare gebouwen zijn ware energieverlinders. Helemaal vooraan prijken schoolgebouwen: zij beschikken doorgaans niet over de middelen voor energiebesparende investeringen. Net daar wil een speler als Energiris de nodige financiering aanreiken.

Gratis is de oplossing

“Energiris for School is een innovatieve oplossing die scholen zonder kosten wil renoveren”, zegt Ismaël Daoud. “We knappen de school op, waardoor de energiestatistiek en de leeromgeving verbeteren, via frissere lucht, aangename temperatuur, aangepaste verlichting en een tochtvrije omgeving. We betalen ons enkel terug door de gerealiseerde energiebesparing. Het is een transparante, risicoloze, gemakkelijke, flexibele en voordelige oplossing voor iedereen. De kers op de taart? Via ons platform kunnen ook de ouders, de leraars, de leerlingen en de burens via crowdfunding deelnemen aan de financiering van de renovatie.”

De coöperatieve vennootschap ontwikkelt renovatieprojecten in het Brussels Gewest, maar ook daarbuiten. In het Waals Gewest tonen almaar meer gemeenten interesse. ©



ISMAËL DAUD
“We bieden een transparante, risicoloze, gemakkelijke, flexibele en voordelige oplossing voor iedereen.”

ORYBANY

OUDE JEANS WORDT KNUFFEL

Uit afval mode creëren? Voor Orybany, een project in de Brusselse Marollen, moet het kunnen. “Ons idee van mode is volledig anders dan die van de grote ketens.”

GUY VAN DEN NOORTGATE

JULIETTE BERGUET
EN LILIANE MALEMO
“Mode is een van de meest nefaste industrieën voor het milieu.”



In de Brusselse Marollen, in de Huidvettershallen, vonden Juliette Berguet en Liliane Malemo een plekje voor de lancering van Orybany. “Het is een modeboetiek, een atelier, een ontmoetingsplaats, een plek om te delen, maar vooral een creatieve ruimte”, definieert het duo het project.

Orybany wil een etnische en ethische biomode promoten. Orybany doet dat met een wekelijkse markt waar creatieve handwerkers creaties via *upcycling* aanprijzen. “Upcycling is recycling met toegevoegde waarde”, verduidelijkt Berguet. “We recupereren producten die niet meer gebruikt worden en vormen ze om tot producten met een hogere kwaliteit of een hoger nut. Van een oude jeans maken we bijvoorbeeld een knuffel.”

Sinds het in 2013 werd opgericht, heeft Orybany zich omringd met een collectief van ontwerpers, dat in de loop van de maanden uitgegroeid is tot een ware gemeenschap. Ze is door-

drongen van verscheidenheid, en dat niet alleen door het ambachtelijke aanbod. Ook sociaal en cultureel, want Orybany is een perfecte weerspiegeling van de bevolking in de Marollen.

De beide oprichtsters zijn zich uiteraard bewust van de overconsumptie in de modesector. “Mode is een van de meest nefaste industrieën voor het milieu”, jammert Berguet. “Het is exploiteren, fabriceren en wegwerpen. Ons businessmodel wil de lokale creatie en een alternatieve, ethische en duurzame mode promoten. Het geeft voorrang aan handgemaakte, unieke stukken of zeer beperkte reeksen. Daarbij vertrekken we altijd van recuperatiemateriaal. Ons idee van mode is volledig anders dan die van de grote ketens. Onze slogan is ‘niets gaat verloren, alles kan verwerkt worden’. Daarbij gaan we liever voor kwaliteit dan kwantiteit. We creëren bovendien een menselijke band tussen onze klanten en de ontwerpers. Wie gerecupereerde voorwerpen van Orybany koopt, geeft

als bewuste consument het signaal dat hij afval wil verminderen. En die bewuste consument is ook solidair met het plaatselijke ambacht.”

Kringlooeconomie

Orybany heeft ook duidelijk een sociaal doel, want het wil de bewoners van de Marollenwijk weer aan een baan helpen. Orybany werkt samen met andere ondernemingen uit de sociale economie rond recycling van herbruikbaar afval en sensibilisering voor de kringlooeconomie. “Kringlooeconomie is belangrijk voor iedereen”, motiveert Juliette Berguet. “We willen partnerships met publieke en privébedrijven die ook herwaardering van het afval nastreven.”

Almaar meer consumenten worden zich bewust van de noodzaak van korte circuits en de lokale economie. Orybany gaat een stap verder. Na de testfase van het project in de Huidvettershallen, volgt nu de omvorming tot een coöperatie. ©



SIMONE A SOIF

HET BETERE DRINKEN

Een gezonde frisdrank op basis van hydrolaten. Een Brusselse starter zorgt voor de consument die zoekt naar uiterst gezonde en lekkere frisdrank. GUY VAN DEN NOORTGATE

AGNÈS BONFOND
Mikt op klanten die lokale en gezonde producten, maar ook verandering willen.

Dit voorjaar werd de Compagnie Bruxelloise des Boissons opgericht, beter gekend onder haar merknaam Simone a Soif. Het merk groeide uit een frustratie: Agnès Bonfond vond in de frisdrankenrekken geen drank zonder toegevoegde suikers, substituten, bewaarmiddelen, kleurstoffen en natuurlijke aroma's. Bovendien wou Bonfond ook nog eens dat het lekker zou smaken.

De ondernemster haalde de mosterd

Via het gebruik van hydrolaten in de drankensector kan je spelen met verrassende smaken, zoals geranium of melisse. Je geeft dranken smaak zonder de toevoeging van suiker." Simone a Soif biedt drie originele combinaties aan (appel-geranium, komkommer-munt en aardbei-melisse). Een vierde op basis van peren komt deze maand uit.

"Ons businessmodel is geconcentreerd op duurzame ontwikkeling",

"Onze dranken zijn 100 procent biologisch"

voor de drank bij een gepensioneerd landbouwster, Simone. "Het is een drank met bijzonder weinig suiker, gebaseerd op hydrolaten uit planten en bloemen", verklaart Antoine de Menten. Samen met Alexandre van der Vaeren en de oprichtster vormt hij de kern van de starter uit Schaarbeek.

"Hydrolaten zijn nevenproducten van de distillatie van etherische oliën.

gaat De Menten voort. "Ze worden gemaakt op basis van lokale producten en seizoengroenten en -fruit. We willen onze consumenten een natuurlijker, meer geëngageerd en gezonder product geven. Bij onze leveranciers van fruit en groenten recupereren we producten van goede kwaliteit die eigenlijk zouden worden vernietigd. Daarnaast doen we een beroep op beschutte werkplaat-

sen voor ons voorraadbeheer. We creëren dus extra tewerkstelling in het Brussels Gewest." De jonge onderneming staat ook open voor nieuwe smaakcombinaties en test er regelmatig uit. Ze mikt op klanten die lokale en gezonde producten, maar ook verandering willen.

Productiecentra

De dranken zijn al verkrijgbaar in meer dan 140 verkooppunten in Brussel en omgeving, maar ook in Vlaanderen en Wallonië. De dorstige consument vindt ze in biowinkels en horecavakken die mikken op lokale en bioproducten. Simone a Soif is volop in ontwikkeling in het Brussels Gewest, maar wil het drankconcept ook elders uitrollen. "Het model van de productie van dranken met lokale ingrediënten en partners kan je ook elders toepassen", bedenkt Antoine de Menten. "Er kunnen productiecentra geopend worden met lokale recepten." Volgt na het betere eten, nu het betere drinken? ☺