

OOST-VLAANDEREN

# 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 EMY ELLEBOOG



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:** Oost-Vlaanderen  
**Volgende week:** Antwerpen



**ALPRO**

# PIONIER IN CO2-REDUCTIE

*In vijf jaar zette Alpro meer dan een kwart miljard euro aan de kant voor duurzame investeringen. Dat loont, want de omzet stijgt fors en de CO2-uitstoot loopt stevig terug.*

WOUTER TEMMERMAN

De voorbije vijf jaar investeerde Alpro, de Europese marktleider in plantaardige alternatieven voor zuivel, 270 miljoen euro in groei van het bedrijf en in CO2-reductie. Daarvan legde het 115 miljoen euro dit jaar op tafel. Dat bedrag gaat in belangrijke mate naar de productiesite in Wevelgem, waar het onder andere een volledig geautomatiseerd magazijn van 43 meter hoog neerzet met een capaciteit van 40.000 paletten. Het voormalige magazijn bouwt het om tot een productiehuis met vier extra verpakkinglijnen en een afvullijn.

De uitbreiding onderstreept het succes van het uitgebreide aanbod onder de merken Alpro en Provamel, maar is ook een duurzame ingreep, benadrukt CEO Bernard Deryckere. "Alpro wil pionieren in CO2-reductie met een wetenschappelijke onderbouw. Bij die investering horen ook een hoogtechnologisch koelingsstelsel en een uitbrei-

ding van de waterzuivering, de afgifte en de recuperatie van warmte doorheen de fabriek."

Voor midden 2017 kondigt Alpro ook een tweede warmte-krachtkoppeling aan. Die zal onder meer het geproduceerde biogas omzetten in elektriciteit en zo de volledige elektriciteitsbehoefte van Alpro dekken. De focus op wetenschappelijke onderbouwde ingrepen hangt samen met het Climate Savers Programme van het WWF. Als lid engageert Alpro zich tot een verlaging van de CO2-uitstoot met 26 procent per kilo product tussen 2010 en 2020.

**ALPRO**

Bron: Nationale Bank

In miljoen euro	2015	2011
Omzet	412	231
Bedrijfsresultaat	40	14
Solvabiliteit <sup>(1)</sup>	68%	77%
Aantal werknemers	787	495

<sup>(1)</sup> met achtergestelde leningen

"Tussen 2010 en 2016 realiseerden we een vermindering met 17 procent", rekent *sustainable development manager* Greet Vanderheyden. "Een daling dankzij investeringen in logistiek en gebouwen, maar ook dankzij een energieteam dat voltijds ons verbruik

**"We creëren economische welvaart door in te zetten op gezonde voeding voor de mens via een productie die gezond is voor de planeet"**

opvolgt." De CO2-ambities gelden ook voor de grondstoffen, want Alpro koppelt die aan programma's voor lokale teelt. Meer dan de helft van de soja komt uit Europa, met extra aandacht voor teelt in Nederland en België. De niet-Europese soja komt via de waterwegen naar Wevelgem.

**Nieuwe, Franse eigenaar**

De forse omzetgroei die Alpro de voorbije jaren neerzette, lokte de aandacht van Danone. De zuivel- en waterreus kondigde deze zomer de overname aan van het Amerikaanse WhiteWave, het moederbedrijf van Alpro. Het sterkt de overtuiging van Bernard Deryckere. "We creëren economische welvaart met een model dat inzet op gezonde voeding voor de mens via een productie die gezond is voor de planeet. Dit is niet enkel voor ons een noodzaak. Ik ben ervan overtuigd dat bedrijven die permanent bezig zijn met duurzaam ondernemen, over tien jaar nog volop in de markt zijn." ☺



**GREET VANDERHEYDEN EN BERNARD DERYCKERE**  
"Bedrijven die permanent bezig zijn met duurzaam ondernemen, zijn over tien jaar nog volop in de markt."

**AQTOR!**

# GEDIGITALISEERD MAATWERK

*Aqtor! uit Oostakker maakte van de productie van orthopedisch materiaal een technologisch hoogstandje. De productiesnelheid verdrievoudigde. Bovendien is de procedure milieuvriendelijker dan werken met gips of schuimdozen.* SVEN VONCK

**AQTOR! GROEP**

Bronnen: Nationale Bank/Aqtor!

In duizend euro	2015	2011
Omzet	15.615	12.833
Bedrijfsresultaat	776	374
Solvabiliteit <sup>(1)</sup>	30%	27%
Aantal werknemers	39	29

<sup>(1)</sup> met overige schulden

Aqtor! wil personen met een mobiliteitsbeperking een optimale bewegingsvrijheid geven. "Dat streven vormt het DNA van onze onderneming, waar al de rest uit voortvloeit", zegt Filip Hoornaert, de CEO van het Gentse technische orthopedische bedrijf. Aqtor! is een specialist in de productie, de aanpassing en de levering van technische orthopedische producten en mobiliteitshulpmiddelen: van prothesen tot steunzolen, looprekken, scooters en rolwagens.

Het gros van de orthopedische productie is maatwerk. Daarin heeft de digitalisering een prominente rol opgeëist. "Vroeger werkten we met houten benen of klierden we met gips. Vandaag meten we met digitale scanning, gebruiken we computeranalyses, frezen we volledig gerobotiseerd in lichte kunststoffen of gebruiken we een 3D-printer." Daardoor is de productiesnelheid verdrievoudigd, moeten

patiënten minder lang in het ziekenhuis blijven en dalen de maatschappelijke kosten voor het ziekenhuis. Door de digitalisering is de productie ook veel milieuvriendelijker: het gebruik van gips en schuimdozen is de voorbije jaren drastisch gedaald.

**Alternatief kanaal**

Ook de bedrijfsstructuur en het businessmodel van Aqtor! veranderden. Filip Hoornaert was tot 2014 algemeen directeur van het farmabedrijf Fagron. Daar stapte hij op om bij de kmo uit Oostakker terecht te komen. Samen met de oprichter Bart De Prêtre tekende hij een koerswijziging uit. De eigen winkels werden afgestoten en er werd gekozen voor de uitbouw van het OrthoShop-franchisenetwerk.

"Daarmee willen we een alternatief kanaal zijn voor de Thuiszorgwinkels", duidt Hoornaert. De OrthoShops worden ondergebracht in de vestigingen

van apotheken. Patiënten vinden er zowel producten voor thuiszorg (waaronder bloeddrukmeters en hulpmiddelen voor allerlei dagelijkse handelingen), als de technische orthopedische

**"Vroeger klierden we met gips. Vandaag meten we met digitale scanning en gebruiken we een 3D-printer"**

producten. "De vergrijzing doet de behoefte aan thuiszorg verder toenemen. Maar dat vereist wel specifieke begeleiding en ondersteuning, waarop we met de OrthoShops een antwoord willen bieden." Vandaag zijn er meer dan zestig vestigingen, in zowel Vlaanderen als Wallonië. De komende jaren zouden er daar nog negentig bij moeten komen. ☺



**FILIP HOORNAERT**  
"Thuiszorg vereist specifieke begeleiding en ondersteuning."



**AZ MARIA MIDDELARES**

# NIEUWE GENEESKUNDE

*Terwijl veel ziekenhuizen in ademnood verkeren, plukt het Gentse AZ Maria Middelares de vruchten van een nieuwbouw. Daarmee mikt het op meer kwaliteit en beleving voor zijn patiënten.* WOUTER TEMMERMAN

**CHRISTOPHE MOUTON**  
"We profileren ons als een hoogtechnologisch interventiecentrum met de nadruk op kwaliteit en beleving."

**AZ MARIA MIDDELARES**

Bron: Nationale Bank

In miljoen euro	2015	2011
Omzet	220	173
Bedrijfsresultaat	10	4
Solvabiliteit <sup>(1)</sup>	51%	56%
Aantal werknemers	1320	1262

<sup>(1)</sup> met overige schulden

In het voorjaar van 2015 verhuisde het AZ Maria Middelares naar een nieuwbouwziekenhuis met 642 bedden. Het investeerde 230 miljoen euro en realiseerde het project in een termijn van vier jaar. "Vergeleken met onze oprichting 800 jaar geleden is ziekenhuiszorg in zijn essentie nog niet zoveel veranderd", analyseert CEO Christophe Mouton. "Vorig jaar ruilden we de klassieke focus op het beddenhuis in voor een visie die ons profileert als een hoogtechnologisch interventiecentrum met de nadruk op kwaliteit en beleving. We doen zo de stap naar een nieuwe vorm van geneeskunde. Patiënten komen voor ingrepen die echt nodig zijn, verblijven relatief kort en revalideren elders."

Christophe Mouton kadert de verhuizing in een strategisch plan dat inzet op toptechnologie, kwaliteit, een aangenaam werkklimaat en het netwerken met andere ziekenhuizen, zoals het E17-netwerk met Kortrijk en Waregem.

**Winst**

Een modern ziekenhuis biedt niet enkel een meerwaarde voor de patiënten, artsen en medewerkers, maar ook voor de beheerders. Sinds oktober kunnen ze pronken met het internationale JCI-kwaliteitslabel en ook de cijfers zijn goed. "We hebben ook geanticipeerd op trends, zoals de daling van de financiering en kortere opnames."

Het ziekenhuis verlegde de focus naar dagopnames, wat past in de logica van een maximale inzet op de kerntaken van een modern ziekenhuis. Het

**"Patiënten komen hier voor ingrepen die echt nodig zijn, verblijven relatief kort en revalideren elders"**

resulteerde bovendien in een verhoogde omzet en bijkomende patiënten. De vzw maakt winst en dat is niet vanzelfsprekend. "We kenden het voorbij jaar een toename van de activiteit in het ziekenhuis met meer dan vijf

procent", duidt CEO Mouton. "We halen bedrijfswinst, ook al zitten we op de top van onze afschrijvings- en kredietlasten. Uit de MAHA-analyse van Belfius over de financiële toestand van de ziekenhuizen blijkt dat een derde van de ziekenhuizen in ons land verlieslatend is."

Maria Middelares financierde de nieuwbouw in belangrijke mate met subsidies, maar investeerde ook meer dan 30 miljoen euro met eigen middelen. Het ziekenhuis sloot daarvoor onder andere leningen af bij de Euro-

pese Investeringsbank. "Door de vergrijzing moeten ziekenhuizen elk jaar meer doen met minder middelen. We moeten voldoende marge overhouden, zodat we kunnen blijven investeren in innovatie en kwaliteit." ©

**BEKINA COMPOUNDS**

# RUBBER VOOR OVERAL

*Bekina werd groot met rubberlaarzen, maar scoort vandaag met een nieuwe oplossing tegen waterinfiltratie in gebouwen. Het bedrijf komt uit de Vlaamse Ardennen en is succesvol tot in de metro van Doha.* WOUTER TEMMERMAN

Bekina Compounds is een specialist in de ontwikkeling en de productie van gekleurde rubbermengsels, in het jargon *compounds* genoemd. Dat zijn mengsels in vaste vorm met een specifiek doel, zoals brandbestendigheid of waterdichtheid van een gebouw.

Vooraf met mengsels voor waterdichtheid gooide Bekina de voorbije jaren hoge ogen. Het lanceerde in 2014 een water-opzwellbare compound onder de naam BeSealed dat betonnen constructies via strips, pluggen of ringen preventief kan beschermen tegen insijpelend water. Met BeSealed mikt Bekina op de bouwsector met specifieke toepassingen in betonbekistings-systemen, vooral voor dammen, metro's en tunnels. Volgens Bekina Compounds was BeSealed in zijn lanceringsjaar meteen goed voor 1,3 miljoen euro omzet. 2015 was zelfs goed voor een

omzet van 1,8 miljoen euro, of een kwart van het totaal.

"En voor 2016 verwachten we 2,5 miljoen euro via BeSealed en 800.000 euro winst", zegt CEO Peter Bauwens. Van de omzet komt 80 procent via export naar 35 landen. "We deden mooie realisaties in Qatar, Hongkong, Italië en Griekenland", meldt de verkoopdirecteur Katrien Vandembroucke. "In het Midden-Oosten groeit het aantal projecten dat op zoek is naar de kwaliteit, de capaciteit en het vermogen van dit product. Zo konden we

**BEKINA COMPOUNDS**

Bron: Nationale Bank

In duizend euro	2015	2011
Omzet	7130	4877
Bedrijfsresultaat	1158	695
Solvabiliteit	95%	81%
Aantal werknemers	13	8

bijvoorbeeld de tunnel van een nieuwe metrolijn in Doha afdichten. Het zijn projecten die zorgen voor een snelgroeiende naamsbekendheid in die specialistische niche."

**Zelfstandig**

Dat er groei in deze markt zit, ligt niet alleen aan de bouwwoede in het Midden-Oosten. De belangstelling voor maatwerk speelt evenzeer een rol. "Almaar vaker komen bedrijven met afdichtingsproblemen naar ons. Ze vragen of wij voor hen een op maat gemaakte oplossing kunnen ontwikkelen en produceren. Ook in huismerken voor nieuwe klanten en markten zien we nog een pak groeimogelijkheden."

CEO Peter Bauwens wil nog geen boude voorspellingen doen, maar toch zou BeSealed op korte termijn verder moeten kunnen als een verzelfstan-



**"Projecten zoals de tunnel van een nieuwe metrolijn in Doha zorgen voor een snelgroeiende naamsbekendheid"**

digde entiteit. "We bereiden dat voor. BeSealed kan zijn plaats krijgen in onze groep, maar we willen vooral de groei zo sterk mogelijk doortrekken. De bedrijven van Bekina realiseren een ebitda van 20 procent en BeSealed scoort boven dat gemiddelde." ©

**PETER BAUWENS**  
"We willen de groei zo sterk mogelijk doortrekken."



## RENDAPART

# GROEIEN MET ONKRUIDVERDELGING

*Met een nieuw natuurlijk bestrijdingsmiddel tegen mos duwt Rendapart de deur naar het buitenland wijd open.* SVEN VONCK

**FRANS KRAUCH**  
"We evolueren van een meststoffenproducent naar een leverancier van milieuvriendelijke tuinproducten."

Het Aalsterse familiebedrijf Rendapart is gespecialiseerd in de productie van organische en organo-minerale meststoffen. De bedrijfsnaam zal niet meteen een belletje doen rinkelen, maar de merknaam Viano ongetwijfeld wel. Die merknaam bestaat al sinds 1948 en kwam uit de koker van de vader van huidig Rendapart-CEO Frans Krauch. "We zijn de oudste producent van organische meststoffen in ons land", weet Krauch, die in 1985 het bedrijf overnam. Rendapart produceert en verdeelt behalve meststoffen ook bodemverbeters, bodembedekkers en potgrond. Die zijn op de markt onder de merknaam Viano en als huismerk. De belangrijkste klanten zijn zelfstandige tuincentra en ketens zoals Home & Garden, Aveve, Horta en Hubo.

### Evolutie

Rendapart werkt voor de ontwikkeling van nieuwe producten al dertig jaar samen met Hogeschool Gent en Uni-

versiteit Gent. Het recentste resultaat van die samenwerking is Bio-Press, een vloeibare meststof die indirect ook mos heel snel ecologisch verdelgt. "Daarmee spelen we in op de toenemende bewustwording bij tuiniers rond eco-

### "We willen uitgroeien tot een belangrijke Europese speler"

gische bemesting en milieuvriendelijke onkruidverdelging. We worden ook geholpen door de regelgeving, die het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen steeds meer verbiedt", duidt Krauch.

Het nieuwe product is begin dit jaar gelanceerd en duwde de omzet meteen een tiende hoger. De lancering werd nochtans beperkt tot de Belgische hobbymarkt. Na de zomer volgde dan het buitenland. "Bio-Press heeft veel groeipotentieel", zegt Krauch. "We willen

## RENDAPART

Bron: Nationale Bank/Rendapart

In duizend euro <sup>(1)</sup>	2014-2015	2010-2011
Omzet	7992	6227
Bedrijfsresultaat	197	383
Solvabiliteit	48%	48%
Personeel	18	14

(1) Boekjaar van begin juli tot einde juni

bovendien ons productaanbod diversifiëren. We evolueren van een meststoffenproducent naar een leverancier van milieuvriendelijke tuinproducten."

De onderneming is doortrokken van die duurzaamheidsgedachte. "We gebruiken recycleerbare verpakkingen, hebben een strikt afvalbeleid en de productie gebeurt met zonne-energie die afkomstig is van 2300 zonnepanelen op het dak van de fabriek."

Rendapart deed vijf jaar geleden de stap naar het buitenland en is actief in 23 landen in Europa. 40 procent van de omzet komt uit export. Over twee jaar zou dat meer dan de helft moeten zijn. "We willen uitgroeien tot een belangrijke Europese speler", hoopt Frans Krauch. "We merken dat er in alle landen een grote vraag is naar organische en biologische bemesting. Met het nieuwe antimospesproduct kunnen we bovendien iets nieuws toevoegen. De voorbije jaren investeerden we fors in de uitbreiding van onze productie- en opslagcapaciteit." ☺