

WEST-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 THOMAS DE BOEVER



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: West-Vlaanderen
Volgende week: Oost-Vlaanderen ➔

ARDO

GEZOND BOERENVERSTAND

De diepvriesgroenteproducent Ardo streeft naar 100 procent biologische landbouw. Dat levert nieuwe klanten op en drukt de opbrengst niet. WOUTER TEMMERMAN

Sinds januari 2015 gaan de diepvriesgroentebedrijven Ardo en Dujardin Foods samen door het leven als Ardo. De vijftien productie-, verpakings- en distributiesites van Ardo in acht landen, werden samengevoegd met de vijf productievestigingen van Dujardin Foods in drie landen. De operatie bracht ook de zeven takken van de familie Haspeslagh samen en creëerde een familiebedrijf dat in het verlengde boekjaar 2014-2015 goed was voor 1,2 miljard euro omzet en een bedrijfsresultaat van 55 miljoen euro. “Onze goede financiële resultaten schrijven we toe aan interne optimalisatie, kostenverbetering en innovatie”, zegt CEO Jan Haspeslagh. Voor innovatie wijst hij onder meer naar de groei van biologische producten. “Duurzaamheid is een belangrijke groeimotor. Dat afnemers een garantie op duurzame groenten krijgen, heeft ons extra klanten bezorgd. Greenpeace

wil tegen 2030 de pesticiden de wereld uit. Die druk voelen onze klanten ook.”

Duurzame landbouw

Ardo communiceerde tot voor kort niet echt over zijn inspanningen rond duurzaamheid. Het MIMOSA-programma (*minimum impact, maximum output, sustainable agriculture*) brengt daar verandering in. Het project legt intern en extern – bij klanten, leveranciers, werknemers, overheden, bureaus, ... – uit hoe het bedrijf met duurzame landbouw investeert in de mens, het

ARDO HOLDING

Bron: Nationale Bank

In miljoen euro	2015 (1)	2011
Omzet	1223	620
Bedrijfsresultaat	55	15
Solvabiliteit (2)	36%	29%
Aantal werknemers	2674	2189
Werknemers	57	59

(1) Boekjaar van begin 2014 tot einde juni 2015
(2) Met overige leningen/schulden

milieu en de maatschappij.

Maar het is geen louter communicatieverhaal. De onderneming wil op termijn de gewasbeschermingsmiddelen op de vriesverse producten elimineren. Ardo gebruikt die nog wel, maar ze blijven almaar minder kleven op het eindproduct. “Twee jaar geleden was 40 procent residuvrij. In een jaar tijd klommen we naar 60 procent. En dat zonder opbrengstverlies”, stelt Jan Haspeslagh.

Het gebruik van andere spuit-schema's en gps-technologie is mee de reden voor de daling van gewasbeschermingsmiddelen. Sommige sites garanderen al een volledig residuvrij resultaat, andere worden moeilijker overtuigd. “Landbouwers vrezen soms dat ze minder zullen oogsten, maar met proefvelden tonen we dat het kan”, zegt

“Ik ben ervan overtuigd dat we naar 100 procent biologische landbouw kunnen evolueren met dezelfde opbrengst”

Haspeslagh. “Ik ben overtuigd dat we op termijn naar 100 procent biologische landbouw kunnen evolueren met dezelfde opbrengst. Waarom zouden we het dan niet doen? Ik geloof niet dat herbiciden en pesticiden slecht zijn voor de gezondheid, maar ze zijn dat wel voor de natuur en voor de grond waarin we werken. Die mag niet kapot gaan. Duurzaamheid is voor ons een modern woord voor gezond boerenverstand.” ☺

JAN HASPELAGH
“De garantie op duurzame groenten heeft ons extra klanten bezorgd.”



LATEXCO SOLUTIONS

MEER AFVAL, MEER HERGEBRUIK

Uit gebruikte matrasmhulsels maakt Latexco Solutions akoestische isolatie voor in zwevende chapes. Met die innovatie wil het zijn groeiritme uit het vorige decennium herwinnen. WOUTER TEMMERMAN

LATEXCO SOLUTIONS

Bron: Nationale Bank

In duizend euro	2015	2011
Omzet	3705	3822
Bedrijfsresultaat	17	658
Solvabiliteit	76 % (1)	62%
Aantal werknemers	17	13

(1) met overige schulden

STAF TUBEX
“De lagere investeringen in de agro-industrie laten zich voelen.”



BEGIN deze eeuw ontstond de bvba Latexco Solutions als een spin-off van de matrassenfabrikant Latexco. Het bedrijf begon als een verwerker van vooral de latexoverschotten (bijvoorbeeld weggesneden matraseranden), maar verbreedde al snel het vizier naar andere afvalstromen. Zo herwerkt Latexco Solutions ook polyurethaan (uit isolatieplaten bijvoorbeeld), celrubber (uit de afdichting van autodeuren) en textiel. Van het afval maakt de onderneming nieuwe producten, zoals koematten voor de agro-industrie, verpakkingen voor de glasin- dustrie, schokdempende matten en thermische en akoestische isolatie.

“De afvalstromen worden groter, de vraag naar volledig hergebruik ook”, duidt de interim-CEO Staf Tubex. “Op de stroom zit geen limiet. Je moet met voldoende nieuwe ideeën aan de slag kunnen. Net daarom focussen we op innovatie met kleine en wendbare pro-

jectteams die aan onderzoek en ontwikkeling doen.”

Harde tijden

De meest recente nieuwigheid heet TEPA en is een product voor akoestische isolatie in zwevende chapes. Latexco Solutions maakt het uit matras-tijk, de hoes rond een matras. “Dat afvalproduct had tot nu toe geen andere bestemming dan de verbrandingsoven, die almaar strengere terugnameregels hanteert”, zegt Tubex. Met TEPA zet Latexco Solutions harder in op klanten in de bouwsector. Daarvoor werkt het samen met grote distributeurs in ons land, Frankrijk en Nederland.

Latexco Solutions bereikte de bouwsector al met andere isolatieproducten, maar het leeuwendeel van de omzet kwam de voorbije jaren stevast uit de koematten voor agro-industrie. De harde tijden in die sector hadden ook hun impact op de groeicurve van

Latexco Solutions. De voorbije vijf jaar bleef de omzet min of meer stabiel rond 3,7 miljoen euro, maar steeg de druk op het nettoresultaat. “De lagere investeringen in de agro-industrie laten zich

“Het TEPA-project moet voor een omzetgroei met twee cijfers zorgen”

voelen”, zucht Staf Tubex. “Vorig decennium groeiden we elk jaar met 10 procent. Dat tempo willen we met TEPA herwinnen. Met onze activiteiten in de bouw volgden we enkele interessante evoluties. Zwevende chapes in appartementsgebouwen bieden een nieuw comfort en akoestiek krijgt meer aandacht. Ons TEPA-project bevindt zich in de commerciële lanceringsfase. De volgende jaren moet het voor een omzetgroei met twee cijfers zorgen.” ☺ ➔

MUTEC

ENERGIE UIT FIETSSTALLINGEN

De dakenspecialist Mutec sleutelde via aandeelhouder Willy Naessens Group aan een systeem dat terrassen en fietsstallingen overkapt met waterdichte zonnepanelen.

WOUTER TEMMERMAN

Mutec uit Waregem is een specialist in het isoleren en afdichten van platte industriële daken. Het bedrijf ontstond in 2009 en haalde al in 2012 een omzet van meer dan 4 miljoen euro. De groei wekte de interesse van Willy Naessens industriële bouw, dat in 2013 een meerderheids-participatie verwierf. Dat opende voor Mutec de deuren naar de klanten van de moedergroep. Mutec ging voor zijn nieuwe aandeelhouder voor het overgrote deel voor groepsklanten werken, maar benaderde daarnaast ook zelf klanten. “De participatie heeft ons op die manier een andere strategie bezorgd”, analyseert zaakvoerder Vincent De Meyer. “Eind 2014 hebben we de oefening gemaakt en spraken we voortaan directer eindklanten aan. Dat heeft geresulteerd. De afzet van materialen voor de groepsklanten geeft ons een goede onderhandelingspositie bij de fabrikanten en dat voordeel kunnen we benutten in de voorstellen voor klanten.”

Geld voor innovatie

Daarnaast zorgde de instap van Willy Naessens Group ervoor dat Mutec kapitaal ter beschikking kreeg voor innovatieprojecten. Het begon met de ontwikkeling van waterdichte overkappingen die een dak (van een carport, luifel of een fietsenberging bijvoorbeeld) afdichten met zonnepanelen. Mutec mikt daarmee expliciet op bedrijven die inzetten op duurzame

VINCENT DE MEYER
“Een carport met twee parkeerplaatsen levert op jaarbasis energie voor 30.000 elektrische kilometers.”

“Het is zinloos als een bedrijf inzet op elektrische mobiliteit, zonder dat te doen met hernieuwbare energie”

mobiliteit via een koppeling van de zonnepanelen aan laadpunten voor fietsen of elektrische wagens. “Het is zin-

BVBA MUTEC

Bron: Nationale Bank

In duizend euro	2015	2011-2012 ⁽¹⁾
Omzet	9708	4307
Bedrijfsresultaat	570	54
Solvabiliteit ⁽²⁾	18%	16%
Personeel	19	5

⁽¹⁾ Boekjaar van september 2011 tot einde augustus 2012
⁽²⁾ Met overige leningen en schulden

loos als een bedrijf inzet op elektrische mobiliteit, zonder dat te doen met hernieuwbare energie”, vindt Vincent De Meyer. “Een carport met twee parkeerplaatsen levert op jaarbasis energie voor 30.000 elektrische kilometers.”

Het nieuwe type overkappingen is sinds dit jaar op de markt. Mutec mikt eerst en vooral op het overtuigen van architecten, installateurs of bouwheeren. “Voorlopig focussen we nog op de bekendmaking van het idee, want bij zonnepanelen denken we nog te vaak aan het dak en niet aan een waterdichte oplossing voor bijvoorbeeld een carport of een fietsberging. Op termijn zit er ook muziek in voor de particuliere markt. Een woning zonder garage, maar met carport plus zonnepanelen levert interessante energieresultaten op.” ☺



PANELTIM

VAN VARKENSSTALLEN TOT STRANDCABINES

De bouwpanelenproducent Paneltim is in volle transitie. De bouwpanelen die het bedrijf vooral voor de veeteeltindustrie produceerde, vinden hun weg naar creatieve toepassingen in uiteenlopende markten. SVEN VONCK



ANNELIES DELTOUR
“We passen onze onderneming en ons product volop aan de veeleisende constructiemarkt aan.”

PANELTIM

Bron: Nationale Bank

In duizend euro	2015	2011
Omzet	17.967	20.042
Bedrijfsresultaat	-78	1541
Solvabiliteit	65%	62%
Aantal werknemers	31	19

De kunststof sandwichpanelen van Paneltim zijn al ruim twintig jaar in gebruik. Oprichter Ludo Deltour – dochter Annelies is intussen CEO van het familiebedrijf uit Lichtervelde – ontwikkelde in 1997 panelen uit kunststof met een celstructuur binnenin. Dat maakt de bouwpanelen licht, sterk en makkelijk te reinigen. Het materiaal leende zich voor de inrichting van varkensstallen. “Varkensstellers moeten aan almaar strengere hygiëne-eisen voldoen”, duidt de CEO. “Onze panelen uit polypropyleen – hetzelfde materiaal waaruit de Tupperware-potjes worden gemaakt – zijn een goed alternatief voor de betonnen of stalen constructies die vaak niet meer voldoen aan de hedendaagse eisen.”

De panelen van Paneltim werden een groot succes. Ook omdat ze voor de helft bestaan uit gerecycleerde materialen, zoals vermalen bierbakken. Almaar vaker doken de panelen niet alleen op bij varkenshouders, maar ook bij andere veetelers. Al snel gingen de

panelen naar het buitenland. Nu komt zowat 15 procent van de omzet uit België, driekwart uit de rest van Europa. Nog eens een tiende bereikt Canada, de Verenigde Staten, Peru, Chili, Nieuw-Zeeland en Australië.

Terugval in landbouw

Toch zit het bedrijf in “een verandertraject”, zegt Annelies Deltour. “De agro-industrie levert nog altijd tweederde van de omzet. Maar we passen onze onderneming en ons product ook volop aan de veeleisende constructie-

“We moeten durven te veranderen, te diversifiëren en te professionaliseren. Anders worden we te kwetsbaar”

markt aan.” Zo groeien de sandwichpanelen stilaan uit tot een bouw materiaal voor niches: van de constructie van zwembaden en strandcabines tot wandbekleding in de voedingssector en de constructie van vloeiostoftanks. “We

moeten durven te veranderen, te diversifiëren en te professionaliseren. Anders worden we te kwetsbaar.”

De crisis in de West-Europese intensieve veeteeltmarkt en het exportverbod naar Rusland deden het bedrijf pijn. De voorbije vijf jaar slonk de omzet met een tiende en dook het bedrijfsresultaat in het rood. “De aanpassing aan de algemene bouwmarkt vergt grote investeringen. We investeerden in nieuwe productlijnen en opleidingen voor ons calculatieteam dat sterkteberekeningen maakt. Daar-

naast ontwikkelden we software waarmee onze klanten hun ontwerpen kunnen maken. Al die investeringen zullen de komende jaren voor extra groei zorgen, al gaat die groei niet zo snel als de terugval in de landbouwindustrie.” ☺ ➤

SMAPPEE

ENERGIE KAN DE WERELD REDDEN

Wie met Smappee zijn elektriciteitsverbruik in kaart brengt, kan de energiefactuur tot een derde drukken. SVEN VONCK

Kan kunst de wereld redden? Nee, maar energie wel, vindt Stefan Grosjean, de CEO van Smappee. “Niet-verbruikte energie is de goedkoopste en beste energie. Vroeger kon je onmogelijk aan particulieren software verkopen die het elektriciteitsverbruik in huis in kaart bracht. Dat was veel te duur. Met de komst van smartphones en tablets is dat veranderd. De consument is vertrouwd met het gebruik van apps die zaken meten en overzichtelijk maken in grafieken.”

Grosjean richtte Smappee eind 2012 op. Gebruikers moeten enkel een sensor bevestigen aan de draden die naar de meterkast lopen. Vervolgens krijgen ze via de Smappee-app een realtime-overzicht van het elektriciteitsverbruik in de woning. “Mensen kennen in een oogopslag hun totale verbruik en hoeveel daarvan sluimerverbruik is. En met een simpele tik krijgen ze te zien wat dat kost. Die bewustwording zorgt

voor een gedragsverandering, waardoor gebruikers hun verbruik terugdringen met gemakkelijk 12 tot soms zelfs 30 procent.”

Er zijn wereldwijd tal van systemen die het energieverbruik meten, maar de gepatenteerde technologie van Smappee is uniek. Ze kan de verschillende apparaten herkennen. De sensor weet wanneer de koelkast aanslaat, de koffiezet begint te lopen of de lichten aangaan. Met slechts één meetinstrument kan de bewoner achterhalen wat het exacte verbruik is van elk apparaat in huis.

SMAPPEE

Bron: Nationale Bank/Smappee

In duizend euro	2015	2012-2013 ⁽¹⁾
Brutomarge	1267	10
Bedrijfsresultaat	-1039	-867
Solvabiliteit	88%	54%

(1) Eerste boekjaar

Verkeersleider in huis

De technologie van Smappee wordt verkocht in meer dan vijftig landen. De app telt enkele tienduizenden gebruikers. Er worden volop nieuwe functionaliteiten toegevoegd. Zo kan de technologie intussen ook het gas- en water-

“Gebruikers kunnen hun verbruik terugdringen met gemakkelijk 12 tot soms zelfs 30 procent”

verbruik in kaart brengen. Daarnaast kan Smappee als domoticasysteem gebruikt worden en apparaten vanop afstand bedienen.

Voor Smappee werken vijf mensen in vaste dienst, maar het totale aantal bedraagt veertien. Dat zijn in hoofdzaak zelfstandige software- en hardware-ontwikkelaars. Het bedrijf maakt nog verlies, na de start van de commercialisering in het najaar van 2013. Dit jaar verwacht Smappee een verdubbeling van de omzet.

Het bedrijf wil uitgroeien tot “de verkeersleider van het slimme energienetwerk van de toekomst. Naarmate hernieuwbare energie belangrijker wordt, zullen almaar meer huizen functioneren als gedecentraliseerde energiecentrales die hun eigen energie opwekken. Smappee regelt dan het verbruik van de toestellen in huis in functie van de beschikbare energie.” ©

STEFAN GROSJEAN
“Niet-verbruikte energie is de beste energie.”

