



GEWESTELIJKE OVERHEIDSDIENST BRUSSEL
SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES

ONDERNEMINGEN IN TRANSITIE

.....
Voorbeelden van inspirerende
bedrijfsmodellen in Europa

© Brussel Economie
en Werkgelegenheid

Alle rechten voorbehouden

Verantwoordelijke uitgever:
Gewestelijke Overheidsdienst
Brussel

www.overheidsdienst.brussels
www.economie-emploi.brussels

Dit verslag werd

geschreven door:

Camille Differdange,
Cédric Hananel (Arctik) op
basis van een studie van
Luigi Lo Piparo, Laura Roman,
Apolline Terrier en Margaux
Le Gallou (Technopolis group),
met de steun van Bruno van
Pottelsberghe, David Mellett,
en Michael Wagemans.

Met dank aan:

Ehab Sayed (Biohm),
Jack Stuijbergen (Breedweer),
Mesbah Sabur (Circularise),
Aki Soudunsaari (Naava),
Jean Moreau (Phénix),
Kilian Kaminski (Refurbed),
Lotta Kopra (Spinnova),
Suvi Haimi (Sulapac),
Noora Salonoja (Touchpoint),
Channing Nuss (Transcend
Packaging), David Jackson
(Winnow), Tuuli Mäkelä
(Zen Robotics), Ecopreneur
Belgium voor hun suggesties

Datum van publicatie:

15 oktober 2021

Rechten:

de inhoud van deze publicatie
overnemen is toegestaan
met bronvermelding



INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	4
INLEIDING	5
DE ECONOMISCHE TRANSITIE	6
Een definitie van de economische transitie	6
Update over Brussel	6
Update over Europa - de Green Deal	7
TRANSITIEMODELLEN, SUCCESMODELLEN	8
Algemene lessen: de sleutels tot een duurzaam succes	9
Een onderneming opzetten	9
Samenwerken met het ecosysteem	14
PRAKTISCHE CASES	16
Biohm	16
Breedweer	20
Circularise	23
Naava	26
Phenix	28
Refurbed	31
Spinnova	34
Sulapac	37
Touchpoint	40
Transcend Packaging	43
Winnow	46
ZenRobotics	49
GEWESTELIJKE ONDERSTEUNENDE HEFBOMEN	52
Verkrijgen van financiering	52
Zich laten begeleiden	54
Een netwerk vinden	56
BIJLAGEN	58
Voor de studie geselecteerde ondernemingen	58
Lexicon	63
Bibliografie	64



VOORWOORD

Brussel is geen eiland. Het is een kruispunt! Een kruispunt van mensen, ondernemingen, ideeën...

Ook de economie van Brussel bevindt zich op een kruispunt. Nu we de gezondheids crisis stilaan achter ons beginnen te laten, focust het gewest zich duidelijk en vastberaden op de transitie van zijn economie. Een transitie naar een economie die rekening houdt met de sociale basis en het ecologische plafond van het gewest (cf. de Donut-theorie op donut.brussels).

Om deze transitie mogelijk te maken en te ondersteunen werd en wordt de Brusselse regering geïnspireerd door wat hier gebeurt, maar bouwt zij ook voort op wat anderen elders hebben gedaan.

Hoewel er in Brussel zelf heel wat innoverende bedrijven zijn, wilden we ook over de eigen grenzen heen kijken en de werking en modellen van baanbrekende ondernemingen in het buitenland analyseren. Ondernemingen die economische en financiële vereisten met elkaar verzoenen en tegelijk een voorbeeld vormen op het vlak van ecologische criteria.

De casestudies die in deze brochure werden opgenomen zijn uiteraard specifiek en bestrijken niet alle mogelijke sectoren, maar ik hoop toch dat ze ons nieuwe sleutels kunnen aanreiken voor een collectieve lectuur zodat we de transitie van de Brusselse ondernemingen kunnen begeleiden en versnellen. Ik ben ervan overtuigd dat dit de weg is die we samen moeten bewandelen!

Veel leesplezier!

Barbara TRACHTE,

Staatssecretaris van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest,
belast met Economische Transitie en Wetenschappelijk Onderzoek



INLEIDING



Het Brussels Hoofdstedelijk Gewest stimuleert al vele jaren de opkomst van duurzame bedrijfsmodellen. Het is een waar laboratorium van ideeën en een internationale referentie¹. Circulaire economie, regeneratieve economie, *Donut-theorie*²... het gewest bevordert nieuwe concepten die helpen vorm te geven aan een economie die het milieu en het welzijn van de burgers respecteert en die innovatie in al haar vormen hoog in het vaandel draagt.

Deze dynamiek wordt op gewestelijk niveau nagestreefd door middel van een ambitieuze regelgeving³, maar ook binnen ondernemingen die werken aan een transformatie van hun bedrijfsmodellen.

Tal van ondernemers, onderzoekers en diverse andere, geëngageerde actoren stellen innoverende oplossingen voor die naar de volledige economie van het gewest zouden kunnen worden doorgetrokken. Om te voorkomen dat deze initiatieven beperkt blijven tot een optelsom van individuele acties, hoe baanbrekend die ook mogen zijn, moet de transitie van Brussel worden opgeschaald, en daarom moet worden nagegaan wat de sleutels tot het succes van deze voorlopers waren.

Wie zijn deze moedige bedrijven? Welke doelstellingen streven ze na? Hoe slagen zij erin een ommekeer teweeg te brengen en tegelijk de financiële risico's te beperken?

Deze brochure geeft antwoorden op deze vragen, die zijn gebaseerd op de resultaten van een studie van goede voorbeelden van bedrijfsmodellen van organisaties uit heel Europa die zich bezighouden met de circulaire en regeneratieve economie, koolstofvrije productie en de sociale economie.

Voor de bevraging hebben wij 200 innovatieve ondernemingen geïdentificeerd. Daaruit hebben we de meest relevante modellen geselecteerd, rekening houdend met criteria van financiële levensvatbaarheid, aanpasbaarheid aan de Brusselse context en potentiële impact.

Alleen ondernemingen waarvan de financiële levensvatbaarheid aangetoond of duidelijk aantoonbaar is, en waarvan de activiteit overdraagbaar en relevant is voor het gewest, werden geselecteerd. Uit deze selectie werden twaalf ondernemingen grondig bestudeerd door middel van rechtstreekse gesprekken.

Naast de inspiratie die zij aan Brusselse ondernemers kunnen bieden, kan het Gewest deze voorbeelden gebruiken om de regelgevende kaders en ondersteunende hefboomen te identificeren die de economische transitie in onze Europese buurlanden bevorderen.

Uit de analyse van deze gevallen hebben wij enkele algemene lessen getrokken, die in het eerste deel van deze brochure worden voorgesteld. In een tweede deel stellen we concrete voorbeelden van duurzame bedrijfsmodellen voor.

1. BELIN H., HANANEL C. (2019). *L'économie circulaire en Région de Bruxelles-Capitale*. The Word Company.
2. RAWORTH, K. (2018). *La théorie du Donut : L'économie de demain en 7 principes*. Plon.
3. Alliantie Werkgelegenheid-Milieu (2011-2015); Gewestelijk Programma voor Circulaire Economie (2016-2020); Uitwerking van het Gewestelijk Innovatieplan (2021-2027).



DE ECONOMISCHE TRANSITIE

EEN DEFINITIE VAN DE ECONOMISCHE TRANSITIE

In Europa, en ook in Brussel, zijn beleidsmakers het erover eens dat ons economisch model absoluut moet veranderen om een toekomst voor ons milieu en onze samenleving veilig te stellen.

Deze noodzakelijke transitie blijft echter een ambitie met soms slecht afgebakende contouren. Uit de verschillende visies op dit onderwerp kunnen echter wel een aantal fundamentele principes worden afgeleid:

- Overgang van een lineair economisch model naar een circulaire en regeneratieve economie, met een doordacht en efficiënt gebruik van hulpbronnen, hergebruik van materialen, valorisatie van afval-bronnen en nadruk op de deeleconomie;
- Noodzaak van een rechtvaardige en inclusieve dimensie van de transitie, waarbij lokale en duurzame banen worden gecreëerd, met ondersteuning voor opleiding en sociaal en democratisch ondernemerschap;
- Vermindering van de koolstofuitstoot in alle sectoren en ondersteuning van innovatie in de industrie;
- Investerings in nieuwe, milieuvriendelijkere technologieën;
- Digitalisering van de economie;
- Belang van de ontwikkeling van korte ketens en de uitbreiding van het aanbod van lokale en duurzame producten.

Deze transitie wordt gezien als een onderneming die noodzakelijkerwijze collectief is. De betrokkenheid van actoren op alle niveaus, gaande van de zware industrie tot de beleidsmakers, en van de ondernemers tot de consumenten, wordt voorgesteld als een conditio sine qua non voor het welslagen ervan.

UPDATE OVER BRUSSEL

In 2019 heeft de Brusselse Hoofdstedelijke Regering zich er in haar Algemene Beleidsverklaring voor de legislatuur 2019-2024 toe verbonden om op haar grondgebied een economische en ecologische transitie door te voeren. Om deze verbintenissen concreet gestalte te geven, wordt gewerkt aan een Gewestelijke Strategie voor Economische Transitie.

Het Gewest definieert zijn economische transitie als *“de geleidelijke transformatie van de economische activiteiten van Brussel om bij te dragen aan de lokale en globale sociale en ecologische uitdagingen. Door deze transformatie vraagt de aanpak om een herbewerking of zelfs heruitvinding van de collectieve voorstellingen en de institutionele processen van de economie om deze opnieuw territoriaal te verankeren en zin te geven.”*





Deze transitie of geleidelijke omvorming van de economie heeft verschillende doelstellingen:

- Nieuwe economische kansen voor Brusselse ondernemers creëren en de welvaart van het Gewest verzekeren;
- Het natuurlijke kapitaal in stand houden, zowel lokaal als globaal, door de ontwikkeling van een circulaire, koolstofvrije en, op langere termijn, regeneratieve economie die zuiniger omspringt met haar hulpbronnen;
- Een eerlijke en rechtvaardige verdeling van economische winsten, inclusie en participatief en democratisch ondernemingsbestuur stimuleren.
- Inspelen op de vitale functies van het grondgebied door een lokale, veerkrachtige en op het buitenland gerichte economie te ontwikkelen.

Het Gewest wil ingrijpende veranderingen, met perspectieven op de lange termijn, om de Europese doelstellingen te halen, de verbintenissen van het Akkoord van Parijs na te komen en de bijdrage van Brussel aan het Nationaal Energie- en Klimaatplan (NEKP) te versterken.

Om deze doelstellingen te bereiken, zal de transitie systemisch zijn door er zoveel mogelijk aantal economische actoren bij te betrekken, economisch dankzij de instrumenten waarover de overheid beschikt, en innovatief dankzij een vernieuwing die is toegespitst op de behoeften van de stad en een doordachte digitalisering.

UPDATE OVER EUROPA - DE GREEN DEAL

Ook elders in Europa staat de transitie op de agenda. De Green Deal voor Europa, die in december 2020 werd gepubliceerd, is een globaal plan dat tot doel heeft om de EU om te vormen tot *“een eerlijke en welvarende samenleving, met een moderne, hulpbronnefficiënte en concurrerende economie, waar vanaf 2050 netto geen broeikasgassen meer worden uitgestoten en economische groei is losgekoppeld van het gebruik van hulpbronnen.”*

Om de Europese productie- en consumptiemodellen duurzamer te maken, voorziet het plan in de uitvoering van strenge maatregelen in alle sectoren (voeding, energie, mobiliteit, bouw...):












- Een strategie uitzetten om de industrie om te vormen tot een schone en circulaire economie door innovatie te ondersteunen;
- “Energie-intensieve” sectoren zoals de staalnijverheid, chemische en cementindustrie,... koolstofvrij maken;
- Een duurzame en inclusieve economie die banen schept, stimuleren;
- Een beleid voor “duurzame producten” implementeren dat is gebaseerd op de principes van de circulaire economie, met een focus op beperking van de gebruikte productiemiddelen, hergebruik van hulpbronnen en herstelbaarheid;
- Groeimarkten voor duurzame en circulaire producten stimuleren, zowel binnen de EU als internationaal;
- Maatregelen nemen om plastic afval, verpakkingen, enz. te verminderen en terug te winnen.





TRANSITIE- MODELLEN, SUCCESMODELLEN

In dit deel worden de algemene lessen uit de casestudies besproken, gevolgd door fiches waarin de afzonderlijke ondernemingen in detail worden voorgesteld. De voorbeelden hebben betrekking op de volgende sectoren:

	Bouw	Grondstoffen en afval	Voeding	Handel	Diensten
Recyclage					
Hergebruik					
Functionele economie					
Duurzame bevoorrading					
Eco-ontwerp					
Duurzame consumptie					



ALGEMENE LESSEN: DE SLEUTELS TOT EEN DUURZAAM SUCCES

Elke onderneming die voor deze studie werd geselecteerd, heeft haar eigen specifieke kenmerken en succesfactoren. Door de verzamelde gegevens met elkaar te vergelijken, kunnen echter een aantal constanten worden geïdentificeerd, waaruit enkele algemene lessen kunnen worden getrokken. Deze principes zijn niet bedoeld als een exhaustieve gids van de stappen die nodig zijn voor een geslaagde transitie, maar ze kunnen ondernemingen wel helpen om de basis te leggen voor hun transformatie.

Hoewel de ondernemingen die voor deze studie werden geselecteerd bijna allemaal gebruik maken van nieuwe technologieën, heeft de transitie betrekking op alle soorten business models en kan de omvang ervan verschillen naargelang het specifieke geval.

De eerste conclusie van deze studie: in tegenstelling tot wat vaak wordt gedacht, gaat het streven naar positieve en duurzame milieu-effecten niet ten koste van de rentabiliteit - integendeel! Dankzij deze verbintenis kunnen partnerschappen worden ontwikkeld, krijgen ondernemingen toegang tot specifieke financiering, kunnen ze zich op concurrerende markten begeven en nieuwe medewerkers aanwerven. Een dergelijke ambitie kan op korte termijn weliswaar een rem zijn wanneer de regelgeving nog niet is aangepast, maar op lange termijn levert ze een reëel voordeel op, vooral wanneer er sterke politieke stimulansen zijn voor de economische actoren.

Een onderneming opzetten

ANDERS DENKEN OVER HET BEDRIJFSMODEL

De nieuwe paradigma's vereisen dat de traditionele visie op een bedrijfsmodel wordt omgekeerd. Dit betekent dat alle aspecten van dit model opnieuw moeten worden bekeken:

● Rentabiliteit

Hoewel een ecologische of sociale doelstelling de rentabiliteit uiteindelijk ten goede komt, genereren duurzame ondernemingen de eerste jaren zelden winst uit hun activiteiten (ZenRobotics, Biohm, Sulapac, Spinnova, Refurbed, Circularise, Winnow), met name omdat de markt er nog niet rijp voor is en een dergelijk project tijd nodig heeft om zich te ontwikkelen. Bovendien worden de eerste winsten vaak opnieuw geïnvesteerd in onderzoek en ontwikkeling, aanwerving en marktuuitbreiding. Rentabiliteit blijft wel een doelstelling voor duurzame ondernemingen, maar dan op middellange termijn.

Om aan deze financiële moeilijkheden het hoofd te bieden, kunnen ondernemingen hun aanbod gaan diversifiëren door bijvoorbeeld consultancydiensten aan te bieden (Phenix, Biohm, Touchpoint), wat voordelen in de marge kan opleveren: er kunnen contacten met potentiële toekomstige partners worden gelegd, de onderneming kan zich positioneren als expert op het vlak van duurzaamheid, enz.

● Kosten

Dankzij de circulaire economie is vaak een aanzienlijke vermindering van de bevoorradingskosten merkbaar: grondstoffen die rechtstreeks van de onderneming zelf komen (recyclage van het eigen afval, totstandbrenging van synergieën tussen activiteiten, enz.) of die gratis (Phenix) of tegen een lage kostprijs (Biohm) kunnen worden verkregen.

Ook door een schakelrol op te nemen (Phenix, Refurbed, Circularise) of de productie te delegeren aan onderaannemers (ZenRobotics, Naava, Touchpoint) kan de mobilisatie van kapitaal worden beperkt. Andere ondernemingen geven er echter de voorkeur aan om een grotere controle over hun productieketen te behouden (Biohm).





Financiering

De keuze voor een transitie­model heeft in sommige gevallen ook een invloed op de beschikbare financieringskanalen. Zo kunnen de doel­stellingen van de investeerders in strijd zijn met de duurzame waarden van de ondernemingen, waardoor sommige afzien van een dergelijke ondersteuning (Sulapac, Biohm).

Prijs

Wat de prijsstelling betreft, worden verschillende strategieën gebruikt:

- Ondernemingen die veel in onderzoek en ontwikkeling investeren, kunnen hun kosten in sommige gevallen compenseren met een iets hogere prijs dan hun niet-duurzame concurrenten, aangezien er op de markt een grote vraag is naar duurzame producten of diensten (Touchpoint of Spinnova)
- Andere ondernemingen kunnen het zich dan weer veroorloven om lagere prijzen aan te bieden dan hun niet-duurzame concurrenten, bijvoorbeeld dankzij de voordelen die de circulaire economie biedt en de lage kostprijs voor de aankoop van grondstoffen (Phenix, Refurbed)
- Het gebeurt ook dat de prijzen worden vastgelegd in functie van het ecosysteem waarin het model is ingebed (Circularise)

Ongeacht hun rentabiliteit, financiering of prijsstrategie steunen ondernemingen in transitie op een markt die wordt gedragen door klanten die vragende partij zijn voor duurzame praktijken. En dit in verschillende domeinen: productie, transport, verkoop via kleinhandel, enz.

HET ENGAGEMENT VERZILVEREN

Positieve invloeden op de samenleving nastreven door innovatieve en duurzame oplossingen te ontwikkelen, is altijd een voordeel voor ondernemingen in transitie.

Het innoverende karakter van de activiteit kan weliswaar bepaalde moeilijkheden opleveren (gebrek aan infrastructuur, markt die niet rijp is of niet eens bestaat, ontoereikend wetgevend kader), maar het biedt de onderneming ook de mogelijkheid om als eerste in bepaalde markten of marktsegmenten te investeren en om met een voorsprong expertise op te bouwen. Een duurzaam aanbod kan ook een toegangspoort zijn tot zeer concurrerende markten, zoals renovatie (Refurbed) of textiel (Touchpoint, Spinnova).

Door naar positieve effecten te zoeken, kunnen ondernemingen ook partnerschappen opzetten met andere economische actoren die dezelfde waarden nastreven (Sulapac, Breedweer), kunnen ze toegang krijgen tot bepaalde specifieke financieringen en steun (Phenix), of atypische profielen aantrekken voor hun teams.

EEN GEKWALIFICEERD EN DIVERS TEAM VORMEN

Het team is een van de sleutels tot het succes van de onderneming. Hier kunnen verschillende aandachtspunten worden benadrukt:

- Hoewel de oprichters met wie we spraken niet echt op hun profiel ingingen, waren velen van hen op het moment van de lancering van hun project onderzoekers die werkten aan een nieuwe technologie of experts in hun sector (Circularise, ZenRobotics, Biohm). Deze ondernemingen danken hun goede concepten vaak aan de specifieke talenten van hun oprichters en hun visie.





- Om hun teams te vormen, zijn innoverende bedrijven afhankelijk van de toegang tot vaardigheden die nu nog zeldzaam zijn (nieuwe technologieën, milieudeskundigheid, enz.). Het is wel zo dat ondernemingen met een positief imago op het gebied van sociale of ecologische actie aantrekkelijker zijn voor deze veelgevraagde profielen.
- Diversiteit binnen het team wordt als essentieel beschouwd voor de cohesie ervan. Terwijl het team in de beginjaren kan steunen op een handvol mensen met een soortgelijke opleiding, wordt de expansiefase gekenmerkt door de aanwerving van meer gediversifieerde profielen (met name gespecialiseerd in marketing, investeringen, financiën, logistiek, partnerschappen, enz.)
- Door haar wijze van beheer voortdurend aan te passen aan de groei van de onderneming en de evolutie van het team, kan de onderneming zich aanpassen aan veranderingen van de vraag en, in ruimere zin, van de markt (Phenix, ZenRobotics).

EERSTE KLANTEN EN PARTNERS VINDEN

De eerste klanten spelen een belangrijke rol bij de ontwikkeling van een innovatief product- en dienstenaanbod. Hun vertrouwen en advies zijn belangrijk voor de voltooiing van het bedrijfsmodel en de toegang tot de markt.

Een zeer gangbare strategie bestaat erin om te werken met één of twee grote ondernemingen als eerste klanten en belangrijkste partners. Die maken het mogelijk om de technologie, het product of de diensten te demonstreren (Phenix, Refurbed). Het is ook een doeltreffende manier om een reputatie en geloofwaardigheid op te bouwen bij toekomstige klanten.

Er kunnen verschillende strategieën worden gevolgd om een klantenbestand op te bouwen:

- Belangrijke partnerschappen vormen via joint ventures met leveranciers
- Doordringen op nieuwe markten in het kader van een partnerschap
- Klanten het nut van de ontwikkelde oplossingen tonen door antwoorden te formuleren voor hun potentiële toekomstige problemen
- Partnerschappen kunnen ook een toegangspoort tot bepaalde groene overheidsopdrachten vormen of een manier zijn om toegang te krijgen tot waardeketens.

De eerste klanten komen soms uit een netwerk dat gevormd is tijdens het beroepsleven van de ondernemers. Verder kan een klantenportefeuille worden opgebouwd of uitgebreid via evenementen die door incubatoren, acceleratoren of overheidsprogramma's worden georganiseerd. Deelnemen aan competities is ook een goede manier om de aandacht van potentiële partners te trekken.

DEEL UITMAKEN VAN EEN LOKALE WAARDEKETEN

Door samen te werken met lokale actoren (leveranciers, producenten, klanten) kunnen ondernemingen antwoorden bieden op bepaalde ecologische uitdagingen, zoals de korte keten. Het is ook een manier om een sterk en veerkrachtig lokaal netwerk tot stand te brengen dat in de behoeften van het ecosysteem kan voorzien zonder zich buiten het grondgebied te moeten bevoorraden (Biohm, Naava, Phenix). Daarnaast creëert dit een toegang tot bepaalde overheidsfinanciering die specifiek gericht is op de lokale verankering van activiteiten (Naava).





Er bestaan meerdere manieren waarop ondernemingen deel kunnen gaan uitmaken van een lokaal ecosysteem:

- Lid worden van professionele of onderzoeksnetwerken en -organisaties, zoals een ecologische cluster (Touchpoint, Biohm, Circularise).
- Wanneer er in de plaatselijke omgeving geen structuur bestaat om synergieën tot stand te brengen, kan de organisatie zelf een dergelijke cluster oprichten. Ze fungeert op die manier als “ingenieur van haar ecosysteem”, door dit aan te passen aan de nieuwe behoeften.

Dit lokale verankeringswerk impliceert een investering in tijd en vaardigheden (marketing, kennis van de beoogde overheidsactoren en particuliere actoren, enz.) Toch blijkt dit gunstig te zijn voor zowel de lokale dynamiek als de impact op het milieu.

EEN PIONIERSROL VERVULLEN: INVESTEREN IN ONDERZOEK EN ONTWIKKELING

In veel van de bestudeerde gevallen zijn de oplossingen die worden aangedragen voor ecologische en sociale uitdagingen gebaseerd op technologie (Biohm, ZenRobotics, Phenix, Refurbed, Circularise). Die maakt het namelijk mogelijk om op een veel betere manier om te gaan met hulpbronnen of om de ecologische impact van de economische activiteit te verminderen, terwijl tegelijk de kosten voor de klanten worden verlaagd (Biohm, ZenRobotics).

Verskillende elementen springen in dit verband in het oog:

- Gezien het innoverende karakter van de producten en diensten is het voor de betrokken ondernemingen van essentieel belang om deel uit te maken van een keten. Als die niet bestaat of als het moeilijk is om zich daarin te integreren, speelt de afdeling onderzoek en ontwikkeling een essentiële rol bij het tot stand brengen van een specifieke toeleveringsketen, bij de ontwikkeling van een materiaal, of bij de herziening van het aanbod via zelfproductie (Biohm, Zenrobotics, Touchpoint).
- Verder bieden ook octrooiaanvragen en de ontwikkeling van unieke producten om zich te onderscheiden (Circularise, ZenRobotics, Biohm, Sulapac, Naava) concurrentiële voordelen
- Een sterke betrokkenheid in onderzoeks- en ontwikkelingsnetwerken is ook een gunstig kenmerk dat moet worden ondersteund. Door voortdurend te blijven investeren kunnen ondernemingen concurrerend blijven en hun bestaande aanbod verbeteren.

STRATEGIEËN VOOR SCHAALVERGROTING EN INTERNATIONALISERING

Of de onderneming nu streeft naar lokale aanwezigheid of wereldwijde expansie, strategieën voor schaalvergroting zijn vaak noodzakelijk. Zonder dergelijke strategieën is het moeilijk om een bedrijfsmodel in stand te houden dat bestand is tegen crisissen.

Er kunnen verschillende benaderingen worden onderscheiden:

- **Ontwikkeling van een ecosysteem rond het product**, via partnerschappen. Zo is Refurbed partnerschappen aangegaan voor heel uiteenlopende diensten: met herstellafabrieken voor de leveranciers van producten, met een verzekeraar voor garanties of met een betaaldienst voor onlinetransacties



- **Inspelen op netwerkeffecten.** Wanneer Circularise samenwerkt met een klant (die deel uitmaakt van een toeleveringsketen), biedt het in feite zijn diensten aan het hele netwerk van leveranciers aan. Aangezien deze partners mogelijk deel uitmaken van andere sectoren, creëert dit voor Circularise kansen om zijn netwerk uit te breiden naar hun klanten of leveranciers;
- **Reageren op groene openbare aanbestedingen** (Breedweer, Circularise) lijkt in de lift te zitten, met name in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest;
- **Internationalisering.** Er zijn verschillende kenmerken die een dergelijke uitbreiding vergemakkelijken:
 - **Digitale platformen** en het digitale karakter van de aangeboden diensten: dit type oplossingen (Refurbed, Winnow, Circularise of ZenRobotics) maakt het mogelijk om, via een aangepaste infrastructuur, de diensten van de onderneming van waar dan ook en met relatief beperkte investeringen uit te voeren;
 - Integratie in **internationale economische netwerken**: bedrijven zoals Circularise, Touchpoint, Spinnova of Sulapac hebben van bij hun oprichting toenadering tot grote ondernemingen gezocht. Deze grote klanten hebben de deuren naar hun wereldwijde netwerken geopend;
 - De **gedecentraliseerde en reproduceerbare aard van het model**: in een geval zoals Biohm kan het principe van bioproductie overal door plaatselijke ondernemers worden nagevolgd





Samenwerken met het ecosysteem

DEEL UITMAKEN VAN EEN ONDERSTEUNEND ECOSYSTEEM

Welke vorm van financiering, bedrijfsmodel of uitgangspunt de ondernemers ook kiezen, voor het succes van de onderneming is het van essentieel belang dat ze deel uitmaakt van zowel een lokaal als een nationaal (of zelfs wereldwijd) en gevarieerd netwerk. Naast de commerciële uitwisseling of gerichte opleiding, stelt een dergelijk netwerk de onderneming in staat om de nodige vaardigheden, ideeën en partnerschappen te ontwikkelen.

Sommige bedrijven maken zelfs gebruik van meerdere ondersteunende structuren (Circularise, Biohm, Naava), zowel openbaar als particulier, om advies te krijgen op verschillende vlakken (onderzoek, ondernemerschap, ecologische of sociale impact, investeringen). Op die manier kunnen ze zich tot de juiste contacten wenden, wat niet eenvoudig is in het geval van een zeer innovatief project (Biohm).

Toegang tot incubatoren en acceleratoren die door particuliere en publieke investeerders, mentoren of grote ondernemingen worden voorgedragen, bleek voor de ondernemingen die we spraken op de volgende vlakken voordelig te zijn:

● In de oprichtingsfase:

- Verbetering van het concept
- Financiering van onderzoek en ontwikkeling
- Toegang tot Europese financiering en programma's (zie hieronder)

● In de expansie-/groeifase:

- Oriëntatie naar het juiste bedrijfsmodel
- Opleiding bedrijfsbeheer

TOEGANG KRIJGEN TOT SPECIFIEKE FINANCIERING EN INVESTEERDERS

In de oprichtingsfase kunnen financiering en ondersteuning worden gevonden bij:

- Incubatie- en acceleratiediensten
- Europese Technologie-Instituten (EIT en Knowledge and Innovation Communities)
- Risicokapitaalondernemingen
- Gediversifieerd openbaar aanbod: prijzen, beurzen, door de overheid gewaarborgde leningen en risicokapitaal, enz.

In de expansiefase vonden de ondernemingen financiering voor schaalvergroting (kapitaalinvestering, internationale expansie, aanwerving, ontwikkeling van nieuwe producten, octrooiering, aankoop van de nodige accreditaties), bij verschillende bronnen:

- Gebruik van particulier risicokapitaal
- Europese financiering (Europese Investeringsbank, Europese Innovatieraad)
- Partnerschap met grote ondernemingen
- Fondsenwerving en crowdfunding-campagne
- Beursgang





Tot slot kan het nuttig zijn om het aanbod van de banken in de gaten te houden. Hoewel de meeste banken geen aanbod hebben dat is gericht op duurzame ondernemingen in de ontwikkelingsfase, en hoewel ze nog steeds grotendeels criteria hanteren die werden gedefinieerd voor conventionele bedrijfsmodellen, beginnen sommige banken zich toch te interesseren voor de ecologische transitie en voor nieuwe modellen, met name circulaire modellen. Er zijn zelfs banken die uitsluitend duurzame projecten financieren.

Opmerking: een reeks steunprogramma's voor Brusselse ondernemers vindt u op pagina 52 van deze brochure

ZICH AANPASSEN AAN HET REGELGEVENDE KADER EN ZICH INZETTEN VOOR DE ONTWIKKELING ERVAN

Een ongeschikt regelgevend kader kan een belangrijke hinderpaal zijn voor de ontwikkeling van een onderneming in transitie: sommige ondernemingen moesten afrekenen met problemen met accrediteringen (Biohm), andere met het ontbreken van een gunstig wettelijk kader in de nieuwe doellanden (Phenix), en weer andere zijn gestuit op de uiteenlopende aard van nationale situaties (Sulapac, Refurbed).

Er zijn echter gevallen waarin het regelgevende of beleidskader net als een motor voor verandering fungeert (zoals het geval is voor Transcend Packaging): een gunstig fiscaal kader, de status van solidaire onderneming van sociaal nut in Frankrijk, sterke nadruk op duurzame producten bij overheidsopdrachten in Nederland en het Verenigd Koninkrijk, Europese richtlijn inzake plastics voor eenmalig gebruik (SUP) of de wetgeving inzake bouwmaterialen in het Verenigd Koninkrijk.

Een flexibele aanpak die kan worden aangepast aan de veranderende markt en regelgeving is een succesfactor voor een onderneming in transitie. Anderzijds komt het ook voor dat de wetgeving evolueert om aan de behoeften van de ecologische transitie te voldoen. Deelname aan door de overheid georganiseerd overleg kan, waar mogelijk, nuttig zijn.



Naam: BIOHM

Beschrijving:

Productie van duurzame bouwmaterialen en -systemen

Maatschappelijke zetel:

Londen, Engeland

Datum van oprichting:

2016

Aantal werknemers:

15

Opgehaalde fondsen:

€1,39 miljoen

Sector:

Bouw, Innovatie

Klanten:

B2B, B2C, B2G

www.biohm.co.uk



DE ONDERNEMING

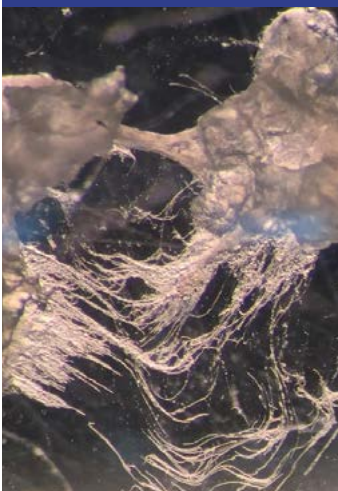
Biohm ontwikkelt duurzame bouwmaterialen en -modellen, in een logica van een circulaire economie met korte keten.

Tijdens een bouwproject stelden de oprichters van Biohm vast dat geen van de materialen op de markt voldeed aan hun persoonlijke duurzaamheidscriteria, dus begonnen ze zelf beton op basis van planten en natuurlijke materialen (isolatie, platen, beton) te ontwikkelen. Die laatste zijn gemaakt van mycelium, een composiet van organisch afval.

De onderneming verkoopt materialen van biologische oorsprong, maar ook biomimetische bouwsystemen, waarmee ze haar klanten regeneratieve alternatieven biedt voor afvalbeheer, fabricage en bouw.

Daarnaast verleent de onderneming diensten en advies aan bedrijven in de sector, en meer in het algemeen aan andere organisaties die met hun transitie willen starten. Doelstelling: bijdragen tot duurzame veranderingen in de industrie.

Sinds 2020 en de lancering van zijn materialen op de markt, is Biohm onophoudelijk gegroeid. Nadat de onderneming verschillende jaren heeft gewerkt aan haar bedrijfsmodel en producten, bezit ze nu verscheidene productievestigingen voor haar biologische producten en plant ze haar expansie.





SPECIFIEKE KENMERKEN

Het bedrijfsmodel van Biohm kadert binnen de circulaire economie. De onderneming haalt haar kracht uit het feit dat het de gebruikte materialen bijna niets kosten, dat haar aanbod performanter is (door de combinatie van materiaal en structuur) en goedkoper dan het gemiddelde (zowel dankzij de materialen als het architectonische ontwerp). Ze maakt een herverdeling van de winst mogelijk waarbij ook de begunstigten worden betrokken. Troeven :

- Biohm moet geen hulpbronnen aankopen en wordt betaald om afval uit de voedingsmiddelenindustrie terug te winnen
- De materialen worden geproduceerd tegen een lagere kostprijs dan het gemiddelde op de markt (dankzij het mycelium)
- De constructies kunnen worden gerealiseerd in een fractie van de gebruikelijke tijd (5%)
- Voordat Biohm een productievevestiging voor haar biologische producten opent, werkt de onderneming samen met de plaatselijke autoriteiten en organisaties om ervoor te zorgen dat er toegang is tot plaatselijke hulpbronnen en dat er in de betrokken regio een vraag bestaat

DIRECTE EN INDIRECTE IMPACT

- De koolstofuitstoot wordt beperkt en er worden honderden tonnen afval in de bouwsector gerecycled
- Er worden 30 tot 50 lokale banen gecreëerd (afhankelijk van het gebruikte afval)
- De winst wordt gedeeld met de plaatselijke gemeenschap voor stadsvernieuwingprojecten

SUCCEFACTOREN

- De circulaire economie heeft het probleem van de kosten opgelost en ervoor gezorgd dat de winst kan worden gemaximaliseerd (gratis grondstoffen, enz.).
- Innovatief karakter van de onderneming die haar waarden duidelijk kenbaar maakt, waardoor veeleisende werknemers kunnen worden aangetrokken
- Hooggekwalificeerd team met complementaire profielen
- Systemische aanpak: een logica van partnerschappen, met name met lokale industrieën en samenwerking met plaatselijke gemeenschappen om potentiële leveranciers en klanten te benaderen. Samenwerking met universiteiten voor onderzoek
- Integratie in bestaande ketens (levensmiddelenindustrie die afval produceert en bouwindustrie met vraag naar ontwerp, innovatieve materialen en advies)

RESULTAAT: Biohm levert een state-of-the-art product waar veel vraag naar is, tegen een kostprijs die onder de marktprijs ligt.



OBSTAKELS EN OPLOSSINGEN

- De beslissing om hun aanvankelijke doelstelling (ontwikkeling van een modulaire bouwstructuur) op te geven en in plaats daarvan te kiezen voor de productie van eigen materialen was een zware beslissing die de ondernemers uiteindelijk ten goede is gekomen.
- Biohm had te kampen met juridische obstakels en problemen met de levering van hulpbronnen omdat ze niet de officiële status van afvalverwerkingsbedrijf had. De kosten om die status te verkrijgen, waren buitensporig hoog. Voorlopig heeft Biohm overeenkomsten gesloten met toeleveringsbedrijven die dit afval als “bijproduct van hun activiteit” aangeven. Toch zal de onderneming voor de volgende fasen van haar ontwikkeling een vergunning moeten verkrijgen.
- De onderneming heeft het hoofd moeten bieden aan financiële uitdagingen. Gedurende de eerste vier jaar van haar ontwikkeling heeft Biohm geen winst gemaakt. Om deze situatie op te lossen, moest de onderneming haar bronnen van inkomsten diversifiëren, met name via consultancy, de organisatie van evenementen en het aanbieden van opleidingen.



VERKREGEN FINANCIËLE STEUN

- De onderneming won talrijke prijzen van particuliere en openbare programma's, wat haar verschillende fondsen opleverde (£ 200.000, £ 575.000...)
- Steun van het Manufacturing Technology Centre, dat wordt gefinancierd door de Britse regering, met een financiering van £ 500 voor elke £ 500 die wordt uitgegeven voor toegang tot onderzoeksapparatuur.
- Toegang tot steun van banken, via het overheidsprogramma dat tijdens de covid-19 pandemie werd gelanceerd (£ 45.000 renteloze banklening)
- Diverse accelerator- en mentoraatsprogramma's, waaronder OpenCell, EIT-Climate KIC Pioneer, SolidSolutions, Circular London accelerator, de Global Circularity Accelerator van het World Economic Forum en Unreasonable group.
- Weigering om te werken met verstrekkers van risicokapitaal, omdat hun rentabiliteitshorizon te kort was voor de voorziene ontwikkelingstijd (3-7 jaar). De eisen van dergelijke investeerders zouden de onderneming hebben gedwongen haar maatschappelijke ambitie op te geven, wat de aard van het oorspronkelijke project zou hebben ondergraven.
- Ophaling van £ 700.000 aan fondsen om de ontwikkeling van de productie voort te zetten.



INTERNATIONALE GROEIAMBITIES

Biohm ontvangt vanuit de hele wereld verzoeken om productievestigingen voor haar biologische producten op te zetten, met aanbiedingen voor overheidsfinanciering. De interesse voor het concept van de onderneming wordt enerzijds verklaard door de aantrekkingskracht van de korte keten: materialen worden niet verder dan een bepaalde afstand van een productiegebied uitgevoerd (om ecologische redenen); anderzijds zijn in het bedrijfsmodel alle secundaire voordelen opgenomen: werkgelegenheid, sociale regeneratie, koolstofvastlegging, enz.

Hoewel het Verenigd Koninkrijk een aantrekkelijke markt blijft, streeft de onderneming naar uitbreiding in het buitenland om haar impact te vergroten, daarbij wel opnieuw gedreven door de logica van een sterk gelocaliseerde ontwikkeling.

Zodra Biohm is gevestigd, wil de onderneming haar onderzoek ter beschikking stellen van zoveel mogelijk mensen, zodat het model door andere bedrijven kan worden nagevolgd.

«Er is nooit een crucialer moment geweest om het werk te doen dat we nu bij BIOHM doen. De pandemie heeft aangetoond hoe gebrekkig en onhoudbaar onze economieën en systemen zijn. Ze heeft duidelijk gemaakt dat we dringend radicale en regeneratieve biotechnologieën moeten invoeren die via eerlijke en solidaire bedrijfsmodellen worden verspreid. Op die manier kunnen we een grote sprong voorwaarts maken in de strijd tegen de klimaatcrisis en sociale onrechtvaardigheid.»

EHAB SAYED, Oprichter van Biohm & Directeur Innovatie



BREEDWEER

Naam: Breedweer

Beschrijving:
Sociale onderneming die ecologische schoonmaakdiensten aanbiedt

Maatschappelijke zetel:
Uitgeest, Nederland

Datum van oprichting:
2015

Aantal werknemers:
600

Opgehaalde fondsen:
n.v.t.

Sector:
Schoonmaakdiensten

Klanten:
B2C

www.breedweer.nl



BREEDWEER

DE ONDERNEMING

Breedweer is een sociale en solidaire onderneming die in 2015 werd opgericht en die schoonmaakdiensten aanbiedt. Deze diensten variëren van het schoonmaken van ramen tot het beheer van installaties en gespecialiseerde schoonmaakprogramma's. Het aanbod omvat een voorafgaande evaluatie, een opvolging en het ontwerp van een stappenplan voor duurzaamheid tot 2030.

90% van de klantenportefeuille van de onderneming is voortgevloeid uit overheidsopdrachten, of het nu gaat om openbare scholen, ziekenhuizen of andere openbare instellingen. In de particuliere sector werkt Breedweer voor ondernemingen zoals PwC of het Van Gogh Museum.

De onderneming is na vijf jaar winstgevend geworden (eind 2019). Omdat duurzaamheid een prioriteit wordt voor ondernemingen, heeft Breedweer een duidelijk groeipotentieel. Het is dan ook te verwachten dat haar klantenportefeuille in de komende jaren verder zal groeien.





SPECIFIEKE KENMERKEN

Breedweer hanteert strikte ecologische en sociale normen in alle stadia van haar productie. Het personeel gebruikt "Cradle2Cradle"-gecertificeerde producten. Wat het personeelsbestand betreft, ondersteunt Breedweer de inschakeling van kwetsbare personen. Zo stelt de onderneming mensen met een handicap of voormalige gevangenen te werk. Breedweer biedt haar werknemers ook opleidingen over de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen (SDG's) en taalopleidingen.

Daarnaast kiest de onderneming partners die haar waarden delen. Gezien haar doelstellingen op het vlak van duurzaamheid koos Breedweer ervoor om te werken met nationale leveranciers zoals KBL, een schoonmaakcentrum in Noord-Holland dat duurzame schoonmaakproducten levert en een omgekeerd logistiek systeem heeft voor lege verpakkingen. Breedweer houdt ook rekening met duurzaamheid wanneer ze partners zoekt op andere vlakken, zoals websiteontwikkelaars, opleidingsbedrijven en bedrijven die drukwerk leveren.

DIRECTE EN INDIRECTE IMPACT

Breedweer stelt voor elke nieuwe klant een stappenplan op waarin de ondernemingen doelstellingen op het vlak van duurzaamheid vastlegt die tijdens de volledige duur van het contract moeten worden bereikt. Ze meet de lokale impact van haar acties, zodat de klanten de resultaten kunnen gebruiken voor hun marketingactiviteiten. Prestatie-indicatoren die zijn gebaseerd op de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen (SDG's) worden gebruikt om gegevens te meten zoals hun CO₂-uitstoot, het aantal kwetsbare mensen aan wie klanten werk hebben verschaft of de hoeveelheid gerecycled afval.

Breedweer verbindt zich ertoe om 50% van haar winst te herinvesteren in het versterken van haar sociale impact.

SUCCEFACTOREN

- Het engagement van Breedweer op het vlak van duurzaamheid is één van de sleutels tot haar succes bij het binnenhalen van overheidsopdrachten.
- De onderneming heeft hiermee een duidelijke marktniche gevonden. Met het oog op de klimaatproblematiek kiezen overheden steeds vaker voor innovatieve duurzame oplossingen, wat het voor de onderneming gemakkelijker maakt om deel te nemen aan aanbestedingen en die ook binnen te halen.
- De duurzame partners van Breedweer stellen haar in staat om haar doelstellingen te bereiken





OBSTAKELS EN OPLOSSINGEN

De grootste uitdaging: de langzame mentaliteitswijziging. De onderneming stelt vast dat sommige klanten duurzaamheid nog steeds niet als een prioriteit beschouwen. Het is voor hen dan ook moeilijk om het concept ecologie in hun activiteit te integreren.

Recenter hebben ook de afstandsmaatregelen in het kader van de covid-19-pandemie de goede werking van het bedrijf bemoeilijkt.

Aangezien 90% van haar klanten openbare aankopers zijn, is Breedweer afhankelijk van de medewerking van overheden en het beleid inzake duurzame ontwikkeling. De onderneming rekent nu op de ontwikkeling van haar particuliere klantenportefeuille.

VERKREGEN FINANCIËLE STEUN

Breedweer is niet op zoek gegaan naar particuliere financiële steun. Gezien haar sociale karakter heeft de onderneming echter zowel van haar aandeelhouders als van de overheid subsidies ontvangen.

INTERNATIONALE GROEIAMBITIES

Breedweer wil momenteel niet uitbreiden buiten Nederland, mede vanwege de taalbarrière. Op nationaal vlak wil de onderneming haar activiteiten uitbreiden door tegen 2024 200 extra mensen in dienst te nemen.



«Breedweer wil een revolutie ontketenen op het vlak van sociale duurzaamheid. Door ervoor te zorgen dat regeringen de juiste vragen stellen, kunnen we van de wereld een betere plek maken. Een plek waar iedereen telt, los van zijn of haar huidskleur, religie, handicap of afkomst! We moeten nu actie ondernemen! Dus, "niet praten, maar doen" .»

JACK STUIFBERGEN, CEO van Breedweer



CIRCULARISE

Naam: Circularise

Beschrijving:

Systeem voor opvolging van de levenscyclus van producten via blockchain

Maatschappelijke zetel:
Den Haag, Nederland

Datum van oprichting:
2016

Aantal werknemers:
14

Opgehaalde fondsen:
€1,72 miljoen

Sector:
Technologie en innovatie

Opdrachtgevers:
B2B en B2G

www.circularise.com



DE ONDERNEMING

Circularise ontwikkelt een systeem voor opvolging van de levenscyclus van producten en materialen met behulp van blockchain-technologie. Dit instrument vergemakkelijkt de communicatie tussen producenten, leveranciers van materialen, gebruikers en recyclers in eenzelfde keten. Het bevordert de duurzaamheid in complexe systemen.

De belangrijkste waardepropositie van Circularise is gebaseerd op de "Smart Questioning"-technologie, waarvoor op dit moment een octrooi is aangevraagd. Dankzij deze innovatie kunnen de verschillende belanghebbenden in een waardeketen de reis van hun grondstoffen, onderdelen en producten volgen. Ze geeft hen ook een beeld van het volledige plaatje.

Zo kunnen alle betrokkenen de circulaire stromen, de logistiek of de recycling van de gebruikte materialen beter begrijpen en plannen. Op die manier kunnen de processen waar nodig in elke fase dus worden verbeterd met het oog op meer duurzaamheid.

De belangrijkste klanten van Circularise zijn leveranciers van materialen, fabrikanten en operatoren van complexe toeleveringsketens. Circularise wil de gegevensstroom vergemakkelijken om de activiteiten in de toeleveringsketens te verbeteren.

De onderneming richt zich op verschillende sectoren, met name de chemische, de plastic- en de metaalindustrie. Circularise werkt ook samen met klanten in de automobiel-, elektronica- en textielsector en de sector van de bebouwde omgeving.

Via de blockchain-infrastructuur kunnen gebruikers informatie verzenden en ontvangen (gecodeerd in tokens om een digital twin te hebben) over de stroom van materialen die de productieketen binnenkomt. De bescherming, veiligheid en vertrouwelijkheid van de gegevens worden gegarandeerd door de "Smart Questioning"-technologie (octrooi in aanvraag). Die maakt het mogelijk om gegevens over materialen en producten samen te voegen en te analyseren aan de hand van specifieke zoekopdrachten. Individuele gegevens blijven echter onzichtbaar.



BLOCKCHAIN



SPECIFIEKE KENMERKEN

Circularise onderscheidt zich van zijn concurrenten door een open publieke blockchain aan te bieden, en door een infrastructuur te leveren zonder die te controleren of zonder toegang te bieden tot vertrouwelijke informatie.

Deze zogenaamde “permissieloze” blockchain houdt in dat er geen centrale autoriteit is die er toezicht op houdt, hij is volledig gedecentraliseerd. Deze door Circularise voorgestelde oplossing is ook ontworpen met het oog op interoperabiliteit, d.w.z. dat ze in staat is om informatie door te geven aan andere systemen.

DIRECTE EN INDIRECTE IMPACT

Tot 80% van de totale voetafdruk inzake broeikasgassen van een onderneming is afkomstig van haar toeleveringsketen. Circularise stelt zijn gebruikers in staat om hun materiaalstromen te volgen en zorgt daarbij dat de transparantie gewaarborgd blijft. Dat is namelijk net de belangrijkste uitdaging om circulariteit in complexe systemen te bereiken.

Verder kunnen bedrijven met dit instrument hun inspanningen op het gebied van duurzaamheid aantonen, wat voor hen een stimulans is om hun initiatieven op dit vlak voort te zetten.

SUCCEFACTOREN

- Ontwikkeling van een instrument dat transparantie kan waarborgen en tegelijkertijd gevoelige gegevens beschermt
- Een hooggekwalificeerd team van mensen met een zeer analytische geest en grote belangstelling voor nieuwe technologieën
- Partnerschap met Porsche en enkele van zijn belangrijkste toeleveranciers, waardoor de technologie kon worden getest en aan andere klanten kon worden getoond tot wat die technologie in staat is.

OBSTAKELS EN OPLOSSINGEN

Gezien de heel specifieke expertise van Circularise ligt de grootste moeilijkheid in de communicatie. De werkingsprincipes van blockchain kunnen obscuur lijken, vooral voor wie niet vertrouwd is met de technologie. Dit geldt des te meer omdat die in dit geval wordt gecombineerd met de specifieke kenmerken van de circulaire economie. Het is in dit geval dan ook moeilijk om potentiële klanten alle voordelen van een dergelijke technologie te tonen.

Om dit probleem te verhelpen, bleek een video die in samenwerking met Porsche werd gemaakt, een waardevol hulpmiddel te zijn. Dit didactische instrument geeft een duidelijke uitleg over wat de dienst is en hoe hij in de praktijk kan worden gebruikt.

Andere uitdaging: een zeer dynamische concurrentie. Het blockchain-principe is aantrekkelijk voor veel gevestigde bedrijven, met name voor de toepassingen ervan bij het traceren van materialen.

Circularise onderscheidt zich door het gebruik van een openbare blockchain, door zijn “Smart Questioning”-technologie en door de interoperabiliteit van zijn systeem. Bovendien streeft de onderneming naar



samenwerking met andere blockchain-oplossingen om het ontstaan van “gegevensilo’s” te voorkomen.

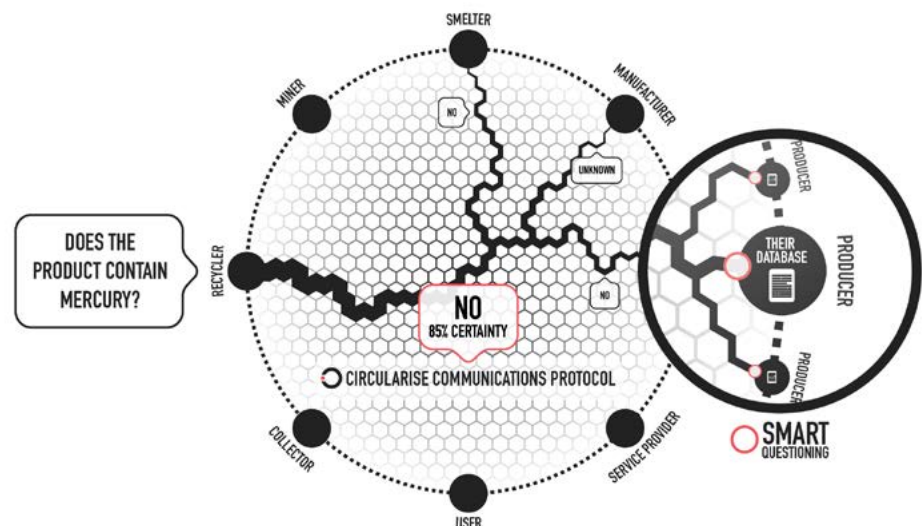
VERKREGEN FINANCIËLE STEUN

- Particuliere financiering van de EIT Raw Material KIC voor de ontwikkeling van het concept (€ 180.000)
- Startfonds van EU-financieringsorganen die in kmo’s investeren, zoals het Horizon2020 SME Instrument
- Financiering van €1,8 miljoen van de Europese Innovatieraad (European Innovation Council of EIC) voor de ontwikkeling van de oplossing
- Betrokkenheid bij circulaire aankoopprogramma’s van de Nederlandse overheid voor de groene doelstellingen voor 2030 en 2050
- Integratie in diverse Nederlandse incubatoren
- Particuliere investeringen door verwanten

INTERNATIONALE GROEIAMBITIES

De onderneming is al actief op wereldschaal en wil nog verder uitbreiden.

Als pionier in dit domein zet Circularise partnerschappen op met andere internationale organisaties, zoals de EU Plastic Converters Association. Samen onderzoeken zij de problematiek van de conversie van gerecycleerde materialen. Circularise biedt haar partners het gebruik van haar technologie aan en stelt ook voor om die technologie samen verder te ontwikkelen.



Werking van de technologie « Smart questioning »

«Informatie op een betrouwbare, beveiligde en vertrouwelijke manier delen binnen een organisatie, is essentieel voor circulariteit en om de ESG-doelstellingen te bereiken.»

MESBAH SABUR, CEO van Circularise



Naam: Naava

Beschrijving:
Intelligente groene muren
die de lucht zuiveren

Maatschappelijke zetel:
Helsinki, Finland

Datum van oprichting:
2012

Aantal werknemers:
+ 50

Opgehaalde fondsen:
€6,74 miljoen

Sector:
Meubilair voor
gezondheidstechnologie

Klanten:
B2B
(in de toekomst ook B2C)

www.naava.io

DE ONDERNEMING

Naava ontwikkelt intelligente en verbonden groene muren, die fungeren als biologische luchtzuiveraars, luchtbevochtigers en ruimtelijke scheidingselementen. Voortbouwend op onderzoek van de NASA, zuigen de intelligente groene muren van Naava actief lucht aan op het niveau van de wortels van de plant en gebruiken ze biotransformatie-technologie om schadelijke organische verbindingen in de binnenlucht van gebouwen te verminderen.

Naava spitst zich toe op de ontwikkeling en installatie van modulaire systemen die gemakkelijk kunnen worden geïnstalleerd op plaatsen waar langdurig mensen aanwezig zijn, zodat de impact op het welzijn in de betrokken binnenruimte maximaal is. De onderneming heeft al zo'n 4000 intelligente groene muren geïnstalleerd in kantoren, onderwijsinstellingen, luchthavens en andere werkplekken.

SPECIFIEKE KENMERKEN

Het specifieke kenmerk van Naava is dat ze meubilair maakt dat vegetatie en kunstmatige intelligentie combineert. Het bedrijfsmodel van de onderneming is gebaseerd op de verkoop en het onderhoud van deze groene muren. Het bedrijf noemt deze holistische dienst "Nature as a Service™". Het systeem voor de automatisering van de besproeiing, de verlichting en de regeling van de luchtstroom werkt via een satellietstelsel dat verbonden is met de planten, waardoor de circulariteit van de producten wordt gegarandeerd en hun energieverbruik wordt verminderd.





«Duurzaamheid en het milieu vormen een enorme kans voor het bedrijfsleven. Bij ondernemingen die vandaag de dag worden opgericht, moet duurzaamheid deel uitmaken van het DNA.»

**AKI SOUDUNSAARI,
medeoprichter van Naava**



DIRECTE EN INDIRECTE IMPACT

Alle bedrijfsactiviteiten zijn erop gericht om de koolstofvoetafdruk van de aangeboden diensten tot een minimum te beperken. De gunstige effecten:

- Zuivering van de binnenlucht
- Verbetering van het welzijn en de levenskwaliteit van de mensen die tussen deze groene muren werkzaam zijn
- Creatie van een originele zintuiglijke en esthetische ervaring voor klanten en werknemers

SUCCESSFACTOREN

- Ontwikkeling van een iteratieve visie die het mogelijk maakt om proefversies van de producten/bedrijfsmodellen te maken die regelmatig worden getest door zowel werknemers als klanten.
- Weinig concurrentie in de sector, waardoor Naava zich heeft kunnen positioneren als leider op de wereldmarkt van groene muren en biologische zuivering van de binnenlucht
- Diverse partnerschappen met zo'n 17 universiteiten om te werken aan wetenschap, productontwerp en bedrijfsontwikkeling.

OBSTAKELS EN OPLOSSINGEN

Het gebruik van levende planten vormt een belemmering voor de internationalisering, als gevolg van de regelgeving inzake de uitvoer van Europa naar andere continenten en landen. De planten moeten afkomstig zijn van lokale bronnen. Daarom is Naava overgeschakeld op productie in onderaanneming en heeft ze al haar producten opnieuw ontworpen om ook buiten Finland beter te kunnen evolueren. Dit initiatief werd financieel ondersteund door overheidssubsidies zoals Business Finland en andere, particuliere investeerders.

VERKREGEN FINANCIËLE STEUN

- Bijna €12 miljoen aan opgehaalde fondsen, overheidssubsidies/-leningen en steun voor onderzoek en ontwikkeling van openbare en particuliere organisaties.
- Overheidssteun van Business Finland (het nationale agentschap voor onderzoek en innovatie) in de vorm van subsidies en leningen.
- Particuliere steun van venture capitalists, corporate venture capitalists en particuliere investeerders om de toegang op drie continenten en in 13 landen te vergemakkelijken.

INTERNATIONALE GROEIAMBITIES

Naava is al actief in 13 landen en wil nog internationaler worden. De onderneming bestudeert de mogelijkheden om toegang te krijgen tot de markt door partnerschappen aan te gaan met buitenlandse distributeurs. Naava concentreert zich momenteel op de landen van Centraal-Europa bij haar zoektocht naar distributie- en dienstverleningspartners die haar idealen delen.



Naam: Phenix

Beschrijving:
Herverdeling van
voedseloverschotten via
een onlineplatform

Maatschappelijke zetel:
Parijs, Frankrijk

Datum van oprichting:
2014

Aantal werknemers:
230

Opgehaalde fondsen:
€21,10 miljoen

Sector:
Voeding

Klanten:
B2B en B2C

www.wearephenix.com



DE ONDERNEMING

Phenix is een digitaal platform dat zich inzet in de strijd tegen voedselverspilling. Het biedt distributeurs, producenten, industriëlen en groot-handelaars in levensmiddelen de mogelijkheid om overtollige voorraden op korte termijn opnieuw te verdelen. Het principe: in plaats van te worden weggegooid, worden de onverkochte producten aan solidaire kruideniers en verenigingen geschonken, verwerkt tot diervoeder, of rechtstreeks aan consumenten verkocht tegen verlaagde prijzen.

Bovendien helpt Phenix haar klanten om overschotten aan de bron te verkleinen.

Deze start-up biedt twee belangrijke digitale tools aan: het Phenix-platform en de mobiele Phenix-app voor consumenten (gelanceerd in 2019).

Momenteel is de onderneming actief in vijf landen, met 27 plaatselijke vestigingen, en heeft ze 230 mensen in dienst, hoofdzakelijk in Frankrijk, maar ook in Portugal en Spanje. Phenix heeft het B-Corp label en het Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale (ESUS) label gekregen.

SPECIFIEKE KENMERKEN

Phenix is een pionier op het vlak van de circulaire economie. Ze stelt vijf soorten technologische diensten voor die zijn afgestemd op de verschillende spelers in de voedingssector: supermarkten, buurtwinkels, producenten, industriëlen, groothandelaars en verenigingen. Door verspilling op een holistische manier aan te pakken, biedt Phenix complementaire oplossingen en versterkt zo de circulariteit van de aanvoer van onverkochte voedingsmiddelen, terwijl voedselhulp wordt geboden aan mensen die daar nood aan hebben.





DIRECTE EN INDIRECTE IMPACT

Phenix wil een einde maken aan voedselverspilling en bedrijven in de sector helpen om tot “zero waste” te komen. Naast de ecologische impact heeft het project ook een sociaal doel: de armste mensen in staat stellen om zich behoorlijk te voeden.

Phenix schat dat ze elke dag de verspilling van ongeveer 120.000 maaltijden vermijdt (44 miljoen voor het jaar 2020). Phenix is van mening dat ze voor een supermarkt in één jaar de volgende besparingen kan realiseren:

- 85% van de onverkochte geïnventariseerde goederen worden herbestemd.
- € 280.000 bespaard
- 50% vermindering van organisch afval
- 96 ton afval voorkomen
- 180.000 maaltijden gered



SUCCESSFACTOREN

- Aanpassing van het bedrijfsmodel en de interne organisatie aan de realiteit op de markt. Het oorspronkelijke idee was om zich te richten op verspilling door consumenten (C2C), maar dit bleek destijds onmogelijk en de onderneming verlegde daarom haar focus naar dienstverlening aan bedrijven (B2B). Via haar applicatie voor het grote publiek kon ze vervolgens een “business to consumer” (B2B2C) dienst ontwikkelen.
- Complementariteit van het bedrijfsmodel met alle stadia van de distributiekanaal
- Partnerschappen met lokale ondernemingen en verenigingen om te zorgen dat onverkochte goederen kunnen worden herverdeeld
- Afstemming van de aanwervingen aan de veranderende behoeften van de onderneming naarmate deze groeit, haar aanbod diversifieert en zich geografisch uitbreidt.

OBSTAKELS EN OPLOSSINGEN

Bij de oprichting van de onderneming in 2014 stond de strijd tegen verspilling nog in de kinderschoenen en was die niet onderworpen aan dezelfde strenge regelgeving als vandaag (met name in Frankrijk, waar sinds 2015 een reeks wetten over niet-verkochte voedingsmiddelen is aangenomen). De transportkanalen voor deze onverkochte producten waren slecht gestructureerd, en de voedselhulporganisaties beschikten niet over voldoende middelen om zo'n groot aantal geschonken producten te verwerken. De teams van Phenix hebben dan ook heel wat denkwerk moeten doen en actief klanten moeten aantrekken.

Sindsdien zijn de markt en de vraag naar niet-verkochte voedingsmiddelen geëvolueerd, waardoor Phenix zijn model heeft kunnen bestendigen.



VERKREGEN FINANCIËLE STEUN

- Overheidssteun en regionale subsidies van diverse Franse instellingen en organisaties: financiering van French Impact (accelerator), subsidie van ADEME (agentschap belast met de ecologische transitie), lening met staatsgarantie (PGE) en regionale subsidie van Île-de-France (PM'UP)
- Steun van particuliere investeerders en aandeelhouders: renteloze lening van de Raise Sherpa Foundation, €4,5 miljoen Serie A risicokapitaalfonds van Danone Manifesto Ventures, en financieringen door haar aandeelhouders ETF Partners, Inco Ventures, Arkéa Capital en Sofiouest
- Leningen van de openbare investeringsbank (Banque Publique d'Investissement)

INTERNATIONALE GROEIAMBITIES

Voor haar uitbreidingsplannen in 4 landen (Spanje, Italië, België en Portugal) wil Phenix het aantal deelnemende handelaars, gebruikers van de mobiele app, partnerverenigingen en geredde maaltijden vergroten. De secundaire doelstellingen zijn het aantrekken van talent en het sluiten van contracten met "grote" klanten. Dit gebeurt via de ontwikkeling van diensten en internationalisering.



«In 2013, toen ik 30 was, was ik investeringsbankier. Ik had een comfortabel leven, met een goed loon. Het was niet gemakkelijk om deze gouden kooi te verlaten. In 2021 won de zoektocht naar zingeving het en hier sta ik nu, omringd door een team van 230 medewerkers, klaar om elke dag duizenden maaltijden uit de vuilnisbak te redden. Dit is ondernemerschap met impact. En dat is onbetaalbaar.»

JEAN MOREAU, medeoprichter van Phenix



REFURBED

Naam: Refurbed

Beschrijving:
Verkoopplatform voor elektronische en huishoudelijke apparaten

Maatschappelijke zetel:
Wenen, Oostenrijk

Datum van oprichting:
2017

Aantal werknemers:
160

Opgehaalde fondsen:
€17,38 miljoen

Sector:
Elektronica

Klanten:
B2C

www.refurbed.com



Wie neu, nur besser — mit mindestens 12 Monaten Garantie!

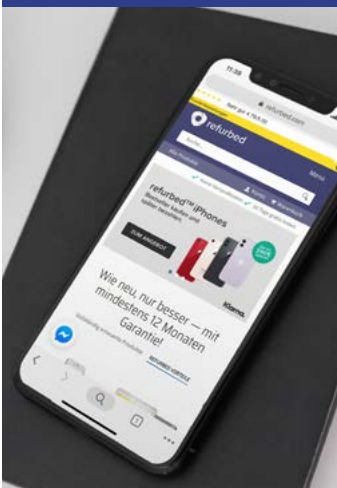


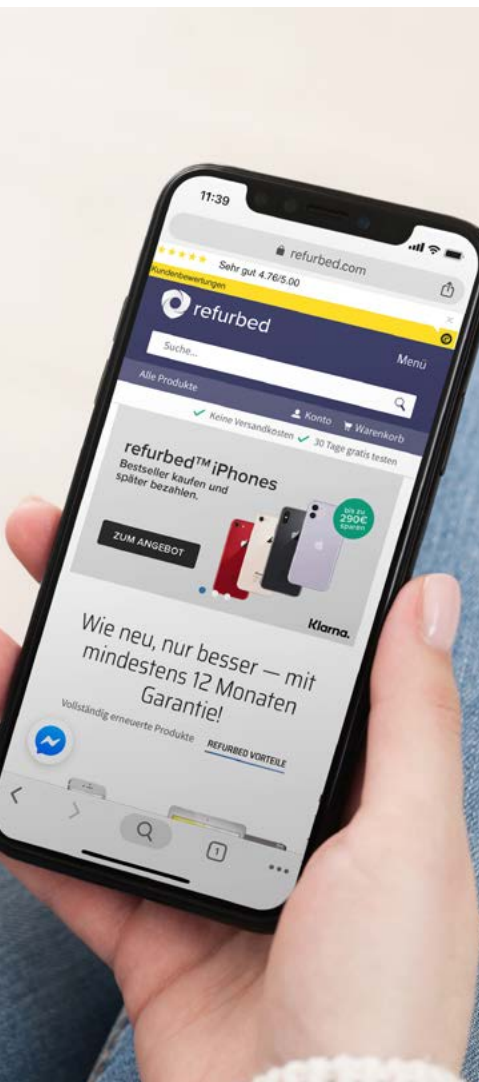
DE ONDERNEMING

Refurbed is een online verkoopplatform dat een ruim aanbod aan refurbished elektronische apparaten aanbiedt. De prijzen ervan bedragen gemiddeld 40% van die van nieuwe toestellen. Er is voorzien in een garantie en een aantrekkelijk retourbeleid.

De onderneming haalt haar winst uit partnerschappen met leveranciers (refurbishing-fabrieken) die ze in contact brengt met een netwerk van klanten, communicatie-, marketing- en logistieke diensten. Zo fungeert Refurbed als tussenpersoon tussen de leveranciers van refurbished producten en de consument.

Refurbed heeft een netwerk van ongeveer 150 renovatiebedrijven en meer dan 500.000 klanten. Ze ontwikkelde onlangs een systeem voor de ophaling en verzending van gebruikte elektronische apparaten van consumenten naar fabrieken, d.w.z. het omgekeerde van het oorspronkelijke systeem (van fabrieken naar kopers van refurbished producten).





SPECIFIEKE KENMERKEN

Nu de vraag naar duurzame consumptie toeneemt, biedt Refurbed een alternatieve manier om elektronische apparaten van hoge kwaliteit te kopen met een verminderde impact op het milieu.

Het aanbod omvat een garantieprogramma en retouromogelijkheden, in samenwerking met verzekeraar Allianz en partners die instaan voor de refurbishing van de apparaten.

De onderneming beheert ook de logistiek van de toeleveringsketen van grondstoffen en onderdelen voor de refurbishing-fabrieken, zonder er fysiek bij betrokken te zijn, waardoor ze haar voetafdruk verkleint, dankzij een verzendingsproces waarbij het product rechtstreeks van de fabrikant bij de klant wordt afgeleverd.

Deze circulaire aanpak is de belangrijkste factor die Refurbed in staat heeft gesteld om de duurzaamheid van haar model te waarborgen en tegelijkertijd een hoogwaardige service aan te bieden.

DIRECTE EN INDIRECTE IMPACT

Refurbed houdt in elke fase rekening met duurzaamheidscriteria.

Wat CO₂ betreft, vermindert de wederverkoop van apparaten de koolstofvoetafdruk met gemiddeld 70% ten opzichte van een nieuw apparaat. De resterende 30% van de emissies is voornamelijk afkomstig van het refurbishing-proces van het apparaat (reparatie, elektriciteit...) en van het transport. Om te trachten dit te compenseren, heeft de onderneming zich ertoe verbonden één boom te planten voor elk verkocht product.

Refurbed pakt het probleem van de geplande veroudering aan door betrouwbare tweedehands producten aan te bieden tegen dezelfde voorwaarden als nieuwe. Op die manier faciliteert de onderneming een nieuw consumptiemodel.

SUCCESSFACTOREN

- 👉 Een systemische aanpak: logica van partnerschappen, met name met de leveranciers (refurbishing-fabrieken)
- 👉 Een duurzaam model voor de lange termijn
- 👉 De oprichting van een team van experts op het vlak van marketing, logistiek, klantendiensten, partnerschappen... waardoor een snelle en duurzame groei kan worden gegarandeerd

OBSTAKELS EN OPLOSSINGEN

- 👉 Refurbed werd geconfronteerd met moeilijkheden om financiering te verkrijgen, waardoor het team een beroep moest doen op buitenlandse investeerders
- 👉 Leveranciers en klanten vinden en overtuigen om de "market place" (het online verkoopplatform) op gang te kunnen brengen was een uitdaging, en de teamleden spraken eerst hun persoonlijke netwerken aan



VERKREGEN FINANCIËLE STEUN

Het grootste deel van het kapitaal van de onderneming is afkomstig van particuliere investeerders. Toch heeft ook de Oostenrijkse regering enkele leningen verstrekt en kon Refurbed profiteren van enkele steunprogramma's:

- "Jump-Start"-programma van de Oostenrijkse Kamer van Koophandel (AwS): €25.000
- Een Oostenrijks overheidsprogramma voor versnelling en ondersteuning van digitalisering: €120.000
- Accelerator in drie fasen Climate-KIC (2017-2019): €50 000 euro, begeleiding en mentoraat

INTERNATIONALE GROEIAMBITIES

Refurbed heeft de ambitie om het grootste refurbishing-bedrijf in Europa te worden. De onderneming is momenteel actief op 12 markten, en concentreert zich in het bijzonder op Duitsland, Oostenrijk, Italië, Polen en Ierland.

Wanneer Refurbed besluit om een nieuwe markt aan te boren, houdt ze rekening met verschillende factoren zoals de omvang, het belang van de e-commerce, het bewustzijn van de bevolking op het vlak van duurzaamheid en de taal. Hoewel de onderneming haar partnerportefeuille hoopt uit te breiden door lokale netwerken op te zetten, is de aanwezigheid van lokale leveranciers geen vereiste aangezien zij een beroep kan doen op bestaande leveranciers.



«Refurbed is de marktplaats voor refurbished telefoons, laptops en tablets. Hier kan je 100% duurzame elektronische producten kopen.»

KILIAN KAMINSKI, medeoprichter van Refurbed



SPINNOVA

Naam: Spinnova

Beschrijving:
Onderneming die een technologie voor het spinnen van vezels voor de textielindustrie ontwikkelt.

Maatschappelijke zetel:
Helsinki, Finland

Datum van oprichting:
2014

Aantal werknemers:
13

Opgehaalde fondsen:
€25,48 miljoen

Sector:
Textiel

Klanten:
B2B

www.spinnova.com



SPINNOVA®

DE ONDERNEMING

De Finse start-up Spinnova biedt grote textielbedrijven de mogelijkheid om producten te ontwerpen op basis van duurzame vezelstoffen die van biomaterialen zijn gemaakt. De technologie is erop gericht om garens te produceren uit houtvezels, zonder chemische behandeling, afval of secundaire stromen. Spinnova heeft de ambitie om haar vezelproducten op wereldschaal op de markt te brengen.

De inkomsten van de onderneming zijn afkomstig van drie bronnen: de overdracht van het recht op het gebruik van haar technologie aan haar partners, de productie en verkoop van houtvezels aan textielbedrijven en de verkoop van weefsels onder de gedeponeerde merknaam Spinnova.

Spinnova werkt samen met grote textielmerken (bijv. Adidas, H&M, Bestseller, ...), met leveranciers van grondstoffen die afkomstig zijn uit landbouwafval (bijv. Fortum), met de papierindustrie (bijv. Suzano), en met leerverwerkende bedrijven (bijv. KT Trading, ECCO). De onderneming hoopt in de komende 5-6 jaar winst te maken, afhankelijk van de snelheid waarmee de productie-eenheden worden geïnstalleerd en in bedrijf gesteld.

SPECIFIEKE KENMERKEN

Spinnova hanteert een circulaire en milieuvriendelijke benadering voor de productie van haar textielvezels die van plantaardige afkomst zijn en draagt zo bij aan het ontwerp van milieuvriendelijkere kleding. Zo helpt de onderneming de grote textielbedrijven om hun verbintenissen op het vlak van klimaat en biodiversiteit na te komen.



DIRECTE EN INDIRECTE IMPACT

- Het ecologisch verantwoorde beheer van de productie-eenheden van Spinnova heeft een positieve impact op het milieu
- Haar textielsubstituten verbruiken veel minder water, pesticiden en oplosmiddelen dan klassieke katoenvezels
- De vezels van Spinnova zorgen er ook voor dat er minder plastic afval wordt geproduceerd
- In afwachting van een grotere aanvoer van grondstoffen die volledig uit industriële residuen zijn verkregen, zijn de productie-eenheden van Spinnova afhankelijk van de exploitatie van bospercelen. Spinnova streeft ernaar om de impact van haar productie van houtvezels op het bosbestand tot een minimum te beperken: het hout wordt gewonnen uit duurzaam beheerde bossen in de nabijheid van de productievestigingen.

In de komende tien jaar wil de onderneming een miljoen ton houtvezels produceren.



SUCCESSFACTOREN

- Belangstelling van grote merken voor de textielvezels op plantaardige basis die door de onderneming worden ontwikkeld, en oprichting van partnerschappen met leveranciers van grondstoffen.
- De leden van het team hebben een ruime ervaring en bekwaamheid op het vlak van toegepast onderzoek, een essentiële troef om de nodige O&O-inspanningen te leveren.
- De beursgang van de onderneming, waardoor het bestuur kan worden gedecentraliseerd, hetgeen door de bedrijfsleiders als een factor van stabiliteit wordt beschouwd.

OBSTAKELS EN OPLOSSINGEN

In het begin van de groeifase van de onderneming was Spinnova onvoldoende zichtbaar en geloofwaardig om ambitieuze contracten af te sluiten. Niettemin is de start-up erin geslaagd om stabiele partnerschappen tot stand te brengen die voor beide partijen interessant zijn: joint ventures met een looptijd van ten minste twee jaar, waarbij de aandelen gelijk zijn verdeeld.

VERKREGEN FINANCIËLE STEUN

- Partnerschappen met klanten en leveranciers die een verhoging van het bedrijfskapitaal mogelijk hebben gemaakt door de oprichting van joint ventures. Zo heeft het bedrijf Suzano €5 miljoen geïnvesteerd in zijn joint venture met Spinnova
- Steun via kapitaal van particuliere investeerders.
- Overheidsfinanciering van €4,5 miljoen en €3 miljoen in 2018 door de Europese Investeringsbank en Business Finland
- Technologisch partnerschap met de wereldwijde producent van productieapparatuur Valmet



INTERNATIONALE GROEIAMBITIES

Nu de belangrijkste onderzoeks- en ontwikkelingsfase is afgerond, versnelt Spinnova momenteel zijn wereldwijde commercialiseringsfase. De onderneming beschikt over een industriële productielijn in Finland, die reeds meer dan twee jaar operationeel is.

Ze vertrouwt op haar partnerschappen om haar groei en commerciële ontwikkeling te waarborgen. Zoals hierboven al vermeld, werkt het bedrijf niet enkel samen met leveranciers van grondstoffen, maar ook met internationale kledingmerken. Zo werkt ze momenteel aan een technologisch partnerschap met de wereldwijde producent van productieapparatuur Valmet

Spinnova overweegt enkel om een productievestiging of zelfs een franchise buiten Finland op te zetten indien ter plaatse aan verschillende criteria is voldaan. In de eerste plaats wil ze zich vestigen in de buurt van de productie-eenheden van grote textielondernemingen of dichtbij fabrikanten die non-woven textiel gebruiken. Om haar impact op het milieu te beperken, probeert ze verder ook om haar fabrieken te vestigen in de buurt van goedkope en hernieuwbare energiebronnen. Verder moeten die fabrieken gevestigd worden in de nabijheid van bronnen die kunnen voorzien in restafval van hout, leer en andere grondstoffen.



«In 2009 namen natuurkundigen Juha Salmela en Janne Poranen deel aan een conferentie aan de universiteit van Oxford waar de overeenkomsten tussen het eiwit in een spinnenweb en nanocelulose, een bestanddeel van houtvezels, werden voorgesteld. Dit bracht hen op het idee om het spinproces dat door de spin wordt gebruikt, toe te passen om textielvezels te maken op basis van houtvezels, zonder de cellulosestructuur met chemische oplossingen stuk te maken.»

LOTTA KOPRA, commercieel directeur van Spinnova





SULAPAC

Naam: Sulapac

Beschrijving:
Onderneming die biologisch afbreekbare en ecologische verpakkingsmaterialen produceert.

Maatschappelijke zetel:
Helsinki, Finland

Datum van oprichting:
2016

Aantal werknemers:
30

Opgehaalde fondsen:
€18,8 miljoen

Sector:
Verpakking

Klanten:
B2B

www.sulapac.com



SULAPAC

DE ONDERNEMING

Sulapac produceert duurzame verpakkingen ter vervanging van plastic. Het ontwikkelde materiaal is biologisch afbreekbaar en bevat geen microplastics. Het biedt technische voordelen die vergelijkbaar zijn met die van plastic, maar met een beperktere impact op het milieu.

Het bedrijfsmodel van de onderneming is, naast partnerschappen, gebaseerd op het concept "factory as a service" (Sulapac bezit geen productie-installaties maar werkt samen met bestaande productiebedrijven). Sulapac verkoopt geassocieerde materialen en biedt ondersteuning in de vorm van consultancy gedurende de gehele levenscyclus van het product.

De materialen van de onderneming zijn compatibel met de bestaande productielijnen van klanten en partners. Op die manier kunnen zij een duurzaam alternatief voor plastic gebruiken zonder hun machines te moeten vervangen.

Dit bedrijfsmodel maakt reeds de plaatselijke vervaardiging van afgewerkte producten mogelijk. Op termijn zullen de materialen ook op maat kunnen worden geproduceerd in functie van de behoeften van de klant.

De onderneming werkt momenteel samen met een honderdtal fabrieken en tientallen merken. Ze bouwt gestaag aan haar internationalisering.





SPECIFIEKE KENMERKEN

De kracht van haar model? In de eerste plaats duurzame grondstoffen en een goede beheersing van de productieketen. De belangrijkste componenten die voor de productie van de verpakkingen worden gebruikt, zijn namelijk hernieuwbare materialen zoals hout en bindmiddelen van plantaardige oorsprong (polymeren). In tegenstelling tot de productielijnen van sommige bedrijven heeft Sulapac een uniek materiaal ontwikkeld dat kan worden gereproduceerd in bestaande fabrieken met een infrastructuur die initieel is ontwikkeld voor plastic, en gerecycled tot industrieel compost. Door eco-design als belangrijkste benadering toe te passen, focust de onderneming zich op de circulariteit van haar productie en van de toelevering van haar grondstoffen.

DIRECTE EN INDIRECTE IMPACT

De directe impact van Sulapac, met name de mate van recyclage van de verpakkingen, werd nog niet gekwantificeerd. Wel past de onderneming in elke fase van de waardeketen duurzame principes toe:

- 🍃 Grondstoffen die afkomstig zijn van duurzame bronnen
- 🍃 Een logistiek die gericht is op de lokale hulpbronnen (grondstoffen en productie)
- 🍃 Een technologie die voortbouwt op wat al bestaat en waarvoor geen nieuwe infrastructuur vereist is
- 🍃 Composteerbare producten zonder microplastics

SUCCEFACTOREN

- 🍃 Een omzet die afkomstig is uit diverse partnerschappen met wereldwijde merken, die Sulapac in staat hebben gesteld om zich verder te ontwikkelen en haar materiaal aan andere klanten te verkopen
- 🍃 Uitwerking van een duidelijke strategie en een gericht bedrijfsmodel om internationale klanten te benaderen
- 🍃 Innovatief karakter van de onderneming
- 🍃 Bevoorrading van grondstoffen via netwerken met een korte keten
- 🍃 Afstemming van de aanwervingen op de veranderende behoeften van het bedrijf. De uitbouw van een ervaren team met een duidelijke ondernemersmentaliteit heeft bijgedragen tot de snelle en gestage groei van de onderneming.

OBSTAKELS EN OPLOSSINGEN

De belangrijkste obstakels waarmee de onderneming wordt geconfronteerd, houden verband met de verzameling en verwerking van biologisch afbreekbaar afval door de organisaties voor afvalbeheer in de verschillende gebieden waar ze actief is. Er bestaan technologieën voor de recycling van materialen zoals die van Sulapac, maar de industriële compostering is versnipperd en elk land heeft zijn eigen wetgeving. Er werd tot op heden nog geen levensvatbaar alternatief gevonden, maar het team van Sulapac zoekt actief naar een oplossing.





VERKREGEN FINANCIËLE STEUN

- Investerings van openbare actoren (Business Finland en de EU via het Horizon 2020-programma) hebben ervoor gezorgd dat de onderneming kon worden opgericht, en worden nu gebruikt voor O&O-activiteiten. De groei van de onderneming werd op haar beurt gefinancierd door particuliere investeringen.
- Deelname via aandelen in de start-up van particuliere investeerders, zoals Chanel, in 2018
- Rechtstreeks mentoraat via Lifeline
- €15 miljoen aan opgehaalde fondsen verstrekt door particuliere investeerders in 2019
- Deelname aan een acceleratorprogramma van Stora Enso, waardoor de onderneming partnerschappen kon aangaan om haar activiteiten uit te breiden
- De onderneming heeft geen financiering van banken of belastingvoordelen ontvangen

INTERNATIONALE GROEIAMBITIES

Sulapac wil nieuwe wereldmerken lanceren en wil de komende twee jaar ten minste 10 internationale referenties aan haar portefeuille toevoegen (in de domeinen van de cosmetica en wegwerpartikelen zoals rietjes en voedselverpakkingen). Verder wil het team zijn portefeuille in verschillende toepassingen uitbreiden.

Sulapac onderzoekt ook hoe ze voet aan de grond kan krijgen op de Aziatische en Amerikaanse markten (waar de regelgeving soepeler is dan in Europa), waarvoor ze plaatselijke verkoopkantoren zou moeten openen. Toch heeft Sulapac niet de ambitie om een wereldwijde verkooporganisatie te worden en zal ze haar verkopen realiseren via partners.



«Transparantie is essentieel om duurzaamheid te waarborgen.»

SUVI HAIMI, CEO van Sulapac



TOUCHPOINT

Naam: Touchpoint

Beschrijving:
Onderneming die duurzame werkkleding maakt met gebruikmaking van organische, gerecyclede en overtollige materialen.

Maatschappelijke zetel:
Helsinki, Finland

Datum van oprichting:
2008

Aantal werknemers:
12

Opgehaalde fondsen:
n.v.t.

Sector:
Textiel

Klanten:
B2B – B2C

www.touchpoint.fi



TOUCHPOINT

Sustainable Workwear

DE ONDERNEMING

Touchpoint is een fabrikant van duurzame werkkleding, die organische, gerecyclede en overtollige materialen gebruikt in zijn productieproces. Bij het begin concentreerde de onderneming zich op één enkel product, en ondertussen biedt ze een volledige dienstverlening aan zijn klanten (branding, websitediensten, analyse van de impact op het milieu...).

Touchpoint werkt zoals haar concurrenten in de verkoop van werkkleding, behalve dat zij expertise heeft in duurzame producten en controle heeft over productie en verkoop. Hoewel de volledige productie is uitbesteed aan Europese en Aziatische onderaannemers, heeft Touchpoint volledige controle over het ontwerp van haar kleding.

De onderneming heeft ook een terugnamesysteem ontwikkeld, waardoor zij de kleding van haar klanten kan terugnemen en recycleren.

In de marge van haar productieactiviteit heeft de onderneming onlangs een verwerkingsfabriek geopend (Rester Oy), de eerste industriële fabriek voor recycling van textiel op grote schaal in de Noordse landen, die 10% van het Finse textielafval wil verwerken. Na de overname van een concurrent heeft Touchpoint nu 16 werknemers. De onderneming is enkel actief op de Finse markt.



2700 L
WATER
SAVED

• HESBURGER •



SPECIFIEKE KENMERKEN

Touchpoint biedt haar klanten een complete service die is afgestemd op hun behoeften op het vlak van textiel. De toegevoegde waarde van de onderneming omvat ook marketingdiensten, zoals de ontwikkeling van websites of berekeningen van de ecologische impact.

De onderneming bouwt liever duurzame relaties met haar klanten uit dan zich te concentreren op winstgevendheid op korte termijn. Ze ontwerpt producten die lang meegaan (2 tot 5 jaar).



DIRECTE EN INDIRECTE IMPACT

- Aanzienlijke vermindering van de CO2-uitstoot en waterbesparingen
- Uitvoering van een sensibiliseringsprogramma over circulariteit dat bedrijven wil aanmoedigen om hun initiatieven op het vlak van duurzaamheid voort te zetten
- Recycling van textiel om gebruikte werkkleding een tweede leven te geven
- Oprichting van de verwerkingsfabriek "Rester Oy" om de circulariteit op de Finse textielmarkt te versterken. De fabriek zal 12.000 ton afgedankt textiel per jaar kunnen verwerken

SUCCEFACTOREN

De belangrijkste succesfactor van de onderneming is haar deskundigheid op het vlak van de aankoop van gerecyclede grondstoffen, oplossingen om gebruikte kleding een tweede leven te geven, het ontwerp van duurzame producten en de evaluatie van de ecologische impact.

Op de Finse markt is Touchpoint een pionier in de verkoop van duurzame werkkleding. Daarom heeft de onderneming een unieke toeleveringsketen ontwikkeld, bestaande uit partnerschappen met leveranciers van duurzame grondstoffen en weefsels.

OBSTAKELS EN OPLOSSINGEN

Tijdens de fase van de commerciële ontwikkeling ondervonden de teams van Touchpoint moeilijkheden om potentiële klanten te overtuigen om voor de duurdere producten van Touchpoint te kiezen eerder dan voor die van haar, met name internationale concurrenten. Uiteindelijk hebben haar duurzame methodes klanten die zich bewust zijn van de problematiek weten te overtuigen dankzij de doeltreffende communicatiemiddelen van de onderneming.



GEMOBILISEERDE ONDERSTEUNENDE HEFBOMEN

- Sinds 2018 is Touchpoint voor 50% in handen van het circulaire-economiefonds Taaleri (Finse financiële groep), dat momenteel haar belangrijkste financieringsagent is. De rest van het kapitaal is in handen van particuliere entiteiten.
- De onderneming heeft financiële steun gekregen van overheidsinstellingen zoals Business Finland en Sitra, die Finse bedrijven die zich richten op O&O-, innovatie- en internationaliseringsprojecten, financiering verschaffen in de vorm van subsidies en leningen
- Gebruik van bankleningen.

INTERNATIONALE GROEIAMBITIES

Touchpoint is van plan om in de komende drie tot vijf jaar uit te breiden naar het buitenland. Eén van haar benaderingen bestaat erin haar internationale klanten te overtuigen om haar werkkleding aan te kopen voor hun vestigingen buiten Finland. De onderneming heeft belangstelling voor naburige markten, met name Zweden en Denemarken.

In het kader van haar internationaliseringsstrategie moet het bedrijf onderzoeken of de ontwikkeling van een internationaal inzamelingsstelsel ecologisch haalbaar is, aangezien de voetafdruk van het transport groter zal zijn dan op de lokale markt.



«Vanaf 2021 zullen wij al het textiel dat wij aan onze klanten leveren, recyclen: het textiel zal niet op de stortplaats terechtkomen, maar zal een nieuwe grondstof worden.»

NOORA SALONOJA, CEO van Touchpoint



TRANSCEND

Naam:
Transcend Packaging

Beschrijving:
Onderneming die milieuvriendelijke verpakkingsproducten produceert

Maatschappelijke zetel:
Ystrad Mynach, Wales,
Verenigd Koninkrijk

Datum van oprichting:
2017

Aantal werknemers:
240

Opgehaalde fondsen:
€13,22 miljoen

Sector:
Verpakking

Klanten
B2B

www.transcend-packaging.com



DE ONDERNEMING

Transcend Packaging werd in 2017 opgericht in het Verenigd Koninkrijk en produceert duurzame verpakkingen met als doel de impact van plastic wegwerpproducten te verminderen. De onderneming verkoopt papieren rietjes, bekertjes en bestek. Ze werkt met lithografische en digitale druktechnieken, met vormkarton en met het nieuwe gamma T-Eco-verpakkingen die geschikt zijn voor thuisbezorging en afhaalmaaltijden.

Transcend Packaging wil innovatieve producten op de markt brengen die gebruik maken van de nieuwste technologieën op het vlak van duurzame materialen. De producten zijn vaak gemaakt van papier of houtvezelplaat, waarbij specifieke coatings worden gebruikt om de prestaties van plastic te reproduceren.

Sinds 2018 is de maatschappelijke zetel van de onderneming gevestigd in Wales en heeft ze een extra productievestiging in Italië die zich focust op de productie van verschillende duurzame modellen voor internationale merken. In 2020 werkte Transcend Packaging samen met de regering van Wales en met de Life Science Hub Wales om in de strijd tegen covid-19 PBM-materialen (industriële verpakking) en gezichtsmaskers zonder plastic die bovendien konden worden gecomposteerd, te produceren.

De onderneming, die nu al de grootste producent van papieren rietjes in Europa is, wil zijn productie tegen eind 2022 opvoeren tot 5 miljard stuks per jaar.





SPECIFIEKE KENMERKEN

Transcend werd speciaal opgericht om de industrie te transformeren en de duurzaamheid van verpakkingen te verbeteren en zet zich daarbij in voor verantwoorde innovatie.

In tegenstelling tot de meeste leveranciers van verpakkingen, ondersteunt Transcend Packaging haar klanten in hun O&O-proces. Dit partnerschapsmodel vergemakkelijkt hun strategische transitie naar het gebruik van duurzame verpakkingen.

DIRECTE EN INDIRECTE IMPACT

- Lancering van een recycleerbaar gezichtsmasker dat geen plastic bevat, ontworpen om de verspreiding van covid-19 tegen te gaan.
- Dankzij de papieren "U"-rietjes van Transcend Packaging heeft het bedrijf Ribena tot 16 ton plastic afval per jaar bespaard.
- Eerste producent van papieren rietjes voor fastfoodmerken (QSR) en aseptische kartonnen verpakkingen in Europa.

SUCCEFACTOREN

- De O&O-activiteiten resulteren regelmatig in innovaties voor papier- en vormkartonproducten
- De nieuwe EU-regelgeving inzake plastic wegwerpproducten, fiscale maatregelen en de aantrekkingskracht van duurzame verpakkingen op merken hebben de zichtbaarheid van het bedrijf op de markt aanzienlijk vergroot
- Sterk gekwalificeerd team dat bestaat uit personen met een lange ervaring in grote bedrijven en start-ups
- Investerings in diverse opleidingsprogramma's voor de werknemers
- Implementatie van een doeltreffende bedrijfsstrategie waarmee de onderneming een cashflow kan genereren die opnieuw wordt geïnvesteerd in nieuwe productietechnologieën en innovatie van materialen

OBSTAKELS EN OPLOSSINGEN

Als gevolg van de nieuwe SUP-richtlijn van de EU (Single-Use Plastics Directive) is de vraag naar papieren rietjes sterk gestegen en moesten er op korte tijd miljarden rietjes worden geproduceerd. Als reactie op de explosieve toename van de vraag heeft Transcend Packaging een industrieel overleg op touw gezet dat is uitgemond in een "vertrouwenshandvest" tussen fabrikanten en leveranciers van rietjes, papier, machines en inkten. Alle ondernemingen die het handvest hebben ondertekend, hebben zich ertoe verbonden om alle wettelijke normen die door de EU en de nationale regeringen worden opgelegd, na te leven.

Transcend Packaging heeft deze kans aangegrepen om producten te ontwerpen die aan de nieuwe normen voldoen, en opende een extra productievestiging in Italië. Haydock Finance ondersteunde deze capaciteitsuitbreiding van Transcend met een inbreng in de activa van £2,2 miljoen.



De doelstellingen van het bedrijf zelf - duurzame verpakkingen produceren die voldoen aan de wettelijke normen en aan de vereisten van de merken en de consument, en dat alles op industriële schaal - blijven een uitdaging. Om dit obstakel te overwinnen, moet Transcend Packaging industriële partners vinden die haar ambities begrijpen.

Gemobiliseerde ondersteunende hefboomen

- Partnerschappen met ICIS Group (een verpakkingenbedrijf) voor de exploitatie van installaties in Italië.
- Financiële steun van de regering van Wales via het Covid 19 RD&I Innovation Fund voor de ontwikkeling van recycleerbare gezichtsmaskers en persoonlijke beschermingsmiddelen (PBM's).
- Deelname aan het Accelerated Growth Programme dat door de regering van Wales wordt aangeboden om onderzoek en ontwikkeling in de opstartfase van de onderneming te financieren.
- £2,2 miljoen financiering van Haydock Finance voor de aankoop van geavanceerde technologie
- Financieringsronde ten belope van 10 miljoen pond onder leiding van IW Capital.

INTERNATIONALE GROEIAMBITIES

De onderneming heeft in Italië een productievestiging geopend voor de vervaardiging van duurzame papieren rietjes voor de fastfoodindustrie en andere consumenten. Ze wil bedrijven en sectoren nog meer ondersteunen bij de afschaffing van plastic rietjes voor eenmalig gebruik. Ze is van plan uit te breiden in Europa en de Verenigde Staten.



«Transcend is ontstaan uit een eenvoudig idee: duurzame alternatieven bieden voor de verpakkingenindustrie. Ons succes is gebaseerd op de ontwikkeling van innovatieve producten, de bescherming van onze planeet, de creatie van duurzame werkplekken en, het allerbelangrijkste, de responsabilisering van onze werknemers.

Zoals de meeste bedrijven heeft Transcend in de loop van de tijd het hoofd moeten bieden aan uitdagingen, met name omdat wij snel zijn gegroeid, hebben moeten inspelen op de pandemie en van O&O een prioriteit hebben gemaakt. Bij Transcend focussen we ons op voortdurende innovatie en zorgen we voor een snelle lancering van onze producten op de markt. Nu de maatschappelijke en reglementaire voorkeuren op het vlak van duurzaamheid steeds dichter naar elkaar toegroeien, is er geen tijd te verliezen om de duurzaamheid van verpakkingen te waarborgen.»

CHANNING NUSS, medeoprichter en directeur Corporate Affairs bij Transcend Packaging Ltd



WINNOW



Naam: Winnow

Beschrijving:
Onderneming die technologische oplossingen aanbiedt om voedingsafval te verminderen.

Maatschappelijke zetel:
Londen, Verenigd Koninkrijk

Datum van oprichting:
2013

Opgehaalde fondsen:
€29,44 miljoen

Aantal werknemers:
106 werknemers

Sector:
Voeding/Horeca

Klanten:
B2B

www.winnowsolutions.com

DE ONDERNEMING

Winnow brengt technologische oplossingen op de markt die erop gericht zijn om voedingsafval te verminderen en die , bestemd zijn voor hotel- en restaurantketens (bijv. Accor, Compass Group) of grote groepen die maaltijden aanbieden aan hun werknemers en/of klanten (IKEA, SAP). Op termijn wil Winnow alle plaatsen waar collectieve maaltijden worden aangeboden, zoals scholen, ziekenhuizen, casino's, enz. met haar technologieën uitrusten.

Winnow heeft twee oplossingen ontwikkeld: Waster Monitor, een slimme-weegschaaltechnologie die een volledig rapport produceert van het gewicht en de kostprijs van elk voedingsitem dat wordt weggegooid, en Vision, een artificiële-intelligentietool die dankzij een leerproces de rapportering van gegevens over voedselverspilling in elke keuken kan automatiseren.

De onderneming stelt momenteel meer dan 106 werknemers te werk en streeft naar een leidende positie op de wereldmarkt voor "slimme vuilnisbakken".





SPECIFIEKE KENMERKEN

De oplossingen van Winnow bieden bedrijven de mogelijkheid om te besparen op voedingsproducten. De onderneming garandeert een return-on-investment binnen 12 maanden. Door minder te verspillen, zouden klanten 3-8% op de kosten van de voedingsmiddelen besparen.

Winnow besteedt het grootste deel van haar kapitaaluitgaven aan onderzoek en ontwikkeling om meer intuïtieve en snellere intelligente vuilnisbakken te produceren die steeds relevantere gegevens over de voedingsproducten verstrekken.

Om de duurzaamheid van haar technologische oplossingen te verzekeren, is Winnow betrokken bij verschillende innovatie-ecosystemen die worden gevormd door investeerders en beleidsmakers die een gemeenschappelijk doel nastreven: de vermindering van voedselverspilling op wereldschaal.



DIRECTE EN INDIRECTE IMPACT

- Momenteel worden de kosten die kunnen worden toegeschreven aan voedselverspilling met 36 miljoen euro per jaar verminderd, wat overeenkomt met een vermindering van de CO₂-uitstoot met 61.000.
- Doelstelling: tegen 2025 wil de onderneming de kosten verminderen met 800 miljoen per jaar, wat een vermindering van de koolstofvoetafdruk met ongeveer 1.400.000 ton CO₂ per jaar zou betekenen.

SUCCEFACTOREN

- In 2014 ging de Greater London Authority in het kader van zijn programma tegen voedselverspilling (Food Save Scheme) een partnerschap aan met de start-up Winnow. Naast de financiering die Winnow hierdoor kreeg van de regionale overheid, stelde dit partnerschap de onderneming in staat om haar diensten te testen bij restauranthouders in Londen en een eerste netwerk van potentiële klanten op te zetten.
- Sterke motivatie van het team in de strijd tegen voedselverspilling, wat de dynamiek en mogelijke synergieën stimuleert.
- Betrokkenheid bij innovatie-ecosystemen gevormd door investeerders en beleidsmakers.

OBSTAKELS EN OPLOSSINGEN

Als start-up had Winnow moeilijkheden om klanten te vinden. Daarom moest de onderneming trachten om haar technologische oplossingen om voedselverspilling tegen te gaan op grotere schaal te commercialiseren.

Dankzij partnerschappen met ondertussen meer dan dertig bekende klanten kon Winnow ook een ander obstakel overwinnen dat een rem zette op de commerciële ontwikkeling van het bedrijf: de inertie van de verantwoordelijken van grootkeukens. Deze partnerschappen geven de onderneming namelijk de legitimiteit en zichtbaarheid die ze nodig heeft om nieuwe klanten te overtuigen.



VERKREGEN FINANCIËLE STEUN

- Fondsen opgehaald bij de Londense incubator C-Camp, waardoor de onderneming van bij haar oprichting een groot netwerk van investeerders kon aantrekken
- Particuliere financiering ontvangen van promotor Mustard Seed Impact
- Lening van €7,5 miljoen van de Europese Investeringsbank (EIB) in het kader van het plan Juncker
- Financiële steun aan innovatoren en fondsbeheerders, verstrekt door organisaties zoals het Food Save Scheme van de Greater London Authority, Innovate UK en het Impact Canada-initiatief
- Partnerschap met de minister van Klimaatverandering en Milieu van de Verenigde Arabische Emiraten. Doelstelling: de voedselverspilling in Dubai tegen 2030 halveren
- Een prijs van € 68.070 euro in het kader van de "Food Waste Reduction Challenge" wedstrijd

INTERNATIONALE GROEIAMBITIES

De onderneming zet haar internationale expansie voort. Ze wil zich op wereldschaal opwerpen als leider op het vlak van "intelligente vuilnisbakken" en vermindering van voedselverspilling door technologieën gebaseerd op artificiële intelligentie.

Dankzij haar technologische oplossingen kan Winnow nieuwe markten aanboren zonder dat ze daarop fysiek aanwezig moet zijn. De relaties met de klant en opleidingen in het gebruik van het product kunnen van op afstand worden georganiseerd.

«Winnow is van mening dat voeding te kostbaar is om verspild te worden. We ontwikkelen artificiële-intelligentietools waarmee we chefs in grootkeukens zoals bedrijfsrestaurants, hotels, cruiseschepen en casino's helpen om hun keuken op een meer winstgevende en duurzame manier te runnen door voedselverspilling met de helft te verminderen.»

DAVID JACKSON, Directeur Marketing en Public Relations bij Winnow



ZENROBOTICS

Naam: ZenRobotics

Beschrijving:
Onderneming
gespecialiseerd
in het ontwerpen
van sorteerrobots voor
afvalbeheercentra.

Maatschappelijke zetel:
Helsinki, Finland

Datum van oprichting:
2007

Aantal werknemers:
70

Opgehaalde fondsen:
€16,88 miljoen

Sector:
AI en recycling

Klanten:
B2B

www.zenrobotics.com



ZENROBOTICS®

DE ONDERNEMING

ZenRobotics is een onderneming die is gespecialiseerd in het ontwerpen van sorteerrobots voor afvalbeheercentra. De technologie is gebaseerd op artificiële-intelligentiesoftware en sensoren.

Aanvankelijk was Zenrobotics gespecialiseerd in het sorteren van bouwafval en zwaar afval. Later breidde de onderneming haar activiteiten uit naar ander industrieel afval en huishoudelijk afval. Plastic, vezelplaat en zelfs kleine metalen kunnen door deze robots worden gesorteerd. De klanten van de onderneming zijn sorteer- en terugwinningscentra, en afvalverwerkingsbedrijven. De verkoop verloopt rechtstreeks of via plaatselijke distributeurs. Alles wordt intern ontworpen, door een team van ingenieurs, ontwikkelaars, enz., en de productie gebeurt volledig in Finland.

De onderneming is aanwezig in 17 landen op vier continenten (Europa, Noord-Amerika, Azië, Australië/Oceanië), met 34 klantensites en ongeveer 100 actieve robots.

Aangezien ZenRobotics een pionier was in het gebruik van geavanceerde robotica en AI voor afvalsortering, heeft de onderneming lang kunnen profiteren van een markt waarop weinig concurrentie was. Vandaag komen er nieuwe bedrijven bij en wordt de sector digitaler, hoewel het meeste het afval nog steeds manueel wordt gesorteerd.



SPECIFIEKE KENMERKEN

De meerwaarde van de onderneming schuilt in haar sensoren en AI-technologie. Daarmee kunnen de materialen op de transportbanden worden gedetecteerd en kan worden bepaald wat het beste moment is om ze te grijpen. De software kan worden geprogrammeerd voor elk soort materiaal, afhankelijk van de behoeften van de klant, en kan zelfs verschillende soorten materiaal tegelijk sorteren. Dankzij deze technologie neemt de productiviteit aanzienlijk toe: grotere volumes kunnen sneller en efficiënter worden verwerkt, terwijl de last van bepaalde zware manuele taken wordt verminderd.

Het verschil tussen ZenRobotics en de meeste andere spelers op de markt is dat ze als enige zowel de software als de apparatuur zelf ontwikkelt. In 10 jaar tijd heeft de onderneming heel wat gegevens verzameld door haar software te programmeren, wat ook een voordeel is op de markt.

De aantrekkelijkheid van de oplossing ligt in het aanbod van robots die continu kunnen werken met een productiviteit die veel hoger ligt dan die van menselijke arbeid, terwijl de last van het manuele werk wordt beperkt. Dus hoewel de aankoop van de machines een investering voor de klant inhoudt, is die snel terugverdiend.

DIRECTE EN INDIRECTE IMPACT

Als pionier in de toepassing van AI en robotica in het domein van recycling is ZenRobotics erin geslaagd om robots te ontwikkelen die zijn aangepast aan de moeilijke omgeving waarin sorteerwerk moet worden uitgevoerd (risico op botsingen, fouten bij het recyclen, enz.), waardoor niet alleen de CO₂-uitstoot wordt teruggedrongen, maar ook de last van het manuele werk wordt verlicht.

SUCCEFACTOREN

- Het innovatieve en circulaire karakter van de onderneming heeft de belangstelling gewekt van investeerders en verschillende soorten belanghebbenden.
- Hoog kwalificatieniveau van het team
- Lokale partners (sorteercentra) hebben een belangrijke rol gespeeld bij de lancering van de onderneming. Deze klanten hebben ZenRobotics geholpen om haar technologie te ontwikkelen en hebben daarbij het risico genomen om dit nieuwe automatiseringsmodel als eerste in te voeren.
- ZenRobotics zag zichzelf vanaf het begin als een internationaal bedrijf: haar eerste partners waren niet allemaal lokaal.





OBSTAKELS EN OPLOSSINGEN

Het innovatieve aspect van de aanpak van ZenRobotics vormde een grote uitdaging. Het vergde een relatief lange leercurve, aangezien de onderneming robots moest ontwikkelen die waren aangepast aan de onvoorspelbare en moeilijke sorteeromgeving. Daartoe moest ze haar oorspronkelijke strategie aanpassen.

Ook de toegang tot de markt vormde een grote uitdaging voor de onderneming. De verkoopteams hebben zich tot het uiterste moeten inspannen om hun eerste klanten ervan te overtuigen dat automatisering de juiste aanpak was in plaats van manueel werk.

VERKREGEN FINANCIËLE STEUN

- Belangrijkste bron van inkomsten: financiering via risicokapitaal van particuliere investeerders zoals Finnvera en Innovestor.
- Deelname aan onderzoeks-, innovatie- en O&O-programma's op lokaal (Fins) en Europees niveau.

INTERNATIONALE GROEIAMBITIES

ZenRobotics heeft ambitieuze groei doelstellingen voor de komende jaren, aangezien ze verwacht dat de afvalindustrie snel in sterke mate zal worden geautomatiseerd en gedigitaliseerd. Met klanten en markten over de hele wereld vormt internationale groei de kern van haar strategie.



«Onze ambitie bestaat erin om de circulaire economie werkelijkheid te laten worden door het afval van de wereld om te zetten in schone grondstoffen. De intelligente robots van ZenRobotics, die worden aangedreven door onze eigen AI-software, maken recycling efficiënter, nauwkeuriger en kosteneffectiever. Wij willen alle vooruitziende bedrijven dan ook oproepen om de afvalindustrie voor de komende decennia opnieuw te bekijken.»

TUULI MÄKELÄ, Marketing Director bij ZenRobotics



GEWESTELIJKE ONDERSTEUNENDE HEFBOMEN

Deze studie bewijst dat er specifieke competenties en investeringen nodig zijn om een bedrijfsmodel dat gericht is op meer duurzaamheid te ontwikkelen of om te vormen.

Aanpassing van de regelgeving, toekenning van subsidies, begeleiding van de economische actoren... Het Gewest is zich bewust van zijn sleutelrol in de transitie van de Brusselse economie en zet zich onvermoeibaar in om de opkomst van innoverende modellen aan te moedigen. Op dit moment wordt er gewerkt aan een heroriëntatie van de ondersteunende instrumenten om de economische transitie in een stroomversnelling te brengen.

Hieronder volgt een niet-exhaustieve lijst van de overheidssteun die het Gewest biedt aan ondernemingen die werken aan hun transitie:



BRUSSEL ECONOMIE EN WERKGELEGENHEID
BRUXELLES ÉCONOMIE ET EMPLOI
GEWESTELIJKE OVERHEIDSDIENST BRUSSEL
SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES

VERKRIJGEN VAN FINANCIERING

PROJECTOPROEPEN VAN BRUSSEL ECONOMIE EN WERKGELEGENHEID

Organisator:

Brussel Economie en Werkgelegenheid

Beschrijving:

Elk jaar steunt Brussel Economie en Werkgelegenheid verenigingen en organisaties via diverse subsidies en projectoproepen. In 2021 lanceerde de administratie de projectoproep "Steun aan ondernemers en begeleiding bij de economische transitie".

Meer informatie:

<https://economie-werk.brussels/projectoproep-begeleiding-ondernemerschap-2021>

PROJECTOPROEP BECIRCULAR

Organisator:

Leefmilieu Brussel, Brussel Economie en Werkgelegenheid, hub.brussels

Beschrijving:

Sinds de lancering van het Gewestelijk Programma voor Circulaire Economie (GPCE) in 2016, subsidieert de projectoproep van BeCircular jaarlijkse gewestelijke projecten in de circulaire economie voor hun ontwerp-, lancering- of groeifase. Sinds 2020 financiert de projectoproep ook bestaande bedrijven die van plan zijn hun activiteiten om te vormen in een logica van de circulaire economie. De projectbeheerders kunnen genieten van twee gratis ondersteunende diensten: steun bij het formaliseren van hun aanvragen en professionele ondersteuning (marketing, financiën, enz.) gedurende het hele programma.

Meer informatie:

<https://economie-werk.brussels/projectoproep-begeleiding-ondernemerschap-2021>





BEURS "CIRCULAIRE ECONOMIE" VAN VILLAGE FINANCE

Organisator:

Village Finance

Beschrijving:

Village Finance is een lokaal ontwikkelingsfonds dat beurzen aanbiedt aan ondernemers in de circulaire economie die actief zijn in verschillende sectoren, zoals duurzame voeding, eco-constructie, persoonsverzorging of hulpbronnen en afval. De beurs wordt niet ingezet als een op zichzelf staande subsidie, maar als een hefboom om toegang te krijgen tot andere financieringsbronnen. Kandidaten die aanspraak willen maken op de beurs, moeten tegelijk een kredietaanvraag indienen bij een financieringsinstelling.

Meer informatie:

<http://www.villagefinance.be/voorwaarden/>



FINANCIERINGEN VAN INNOVIRIS

Organisator:

Innoviris

Beschrijving:

Via een financiering van Innoviris kunnen bedrijven die op zoek zijn naar internationale partners om oplossingen te vinden voor stedelijke uitdagingen, groeiende start-ups die op zoek zijn naar fondsen of teams die een haalbaarheidsstudie willen uitvoeren, financiële middelen verwerven. In het kader van haar nieuwe Gewestelijke Innovatieplan richt de dienst zich op de transitie. Een deel van haar middelen werd onlangs overgeheveld om de transitie te ondersteunen en voortaan wordt bij de analyse van alle projecten rekening gehouden met hun sociale en ecologische impact.

Meer informatie:

<https://innoviris.brussels/nl/ontvang-financiele-steun>



FINANCIERING VIA EEN GEWESTELIJKE INVESTERING

Organisator:

finance&invest.brussels

Beschrijving:

finance&invest.brussels biedt Brusselse ondernemers financieringsoplossingen in de vorm van leningen, kapitaaldeelnames of de verstrekking van waarborgen. Finance&invest.brussels werd onlangs geherkapitaliseerd en er werd een investeringsstrategie ontwikkeld om aan de behoeften van de transitie te kunnen beantwoorden. In de analyse van de aanvragen worden voortaan ook sociale en ecologische criteria opgenomen.

Meer informatie : <https://www.finance.brussels/nos-solutions/>



ZICH LATEN BEGELEIDEN

HELPDESK 1819

Organisator:

hub.brussels

Beschrijving:

1819 is een gratis dienst voor ondernemers en toekomstige ondernemers in Brussel die op zoek zijn naar informatie over de lancering of ontwikkeling van hun bedrijf. Telefonisch, per e-mail of persoonlijk bij het "infopunt" beantwoordt 1819 vragen, verstrekt informatie, begeleidt en verwijst mensen naar de juiste partners om hun project tot een succes te maken.

Meer informatie:

<https://1819.brussels/>



RESILIENCE COACHING

Organisator:

Leefmilieu Brussel

Beschrijving:

Met een op maat gemaakt programma van 6 tot 12 maanden begeleidt Resilience Coaching ondernemingen bij hun transitie naar een innovatieve en koolstofarme economie door samen met hen winstgevende kansen voor hun bedrijf te identificeren waarin criteria op het vlak van duurzaamheid en circulariteit zijn opgenomen.

Meer informatie:

<https://leefmilieu.brussels/themas/economie-transitie/resilience-coaching>



BEGELEIDING & OPLEIDINGEN OP HET VLAK VAN CIRCULAIR BOUWEN - BUILD CIRCULAR.BRUSSELS

Organisator:

build circular.brussels

Beschrijving:

Build Circular.Brussels richt zich tot de Brusselse bouwsector. Experts in circulair bouwen staan ter beschikking van bedrijven voor een diagnose van hun activiteiten, een analyse van hun behoeften en advies op maat, aangepast aan hun situatie. Tegelijkertijd kunnen de ondernemers profiteren van een ruim aanbod aan opleidingen op het vlak van de circulaire economie en duurzaam bouwen.

Meer informatie :

<https://www.buildcircular.brussels/accompagnement/nos-formules-d-accompagnement>



BEGELEIDINGSTRAJECT DUURZAME VOEDING - GOODFOOD

Organisator :

Leefmilieu Brussel

Beschrijving :

Het begeleidingstraject GoodFood is een geïndividualiseerd en flexibel instrument voor projecten op het vlak van duurzame voeding op alle niveaus (productie, verwerking, distributie). Het traject omvat onder meer algemene modules voor groepen, individuele coaching en technische ondersteuning. De begeleiding duurt gewoonlijk tussen 4 en 8 maanden.

Meer informatie :

<https://goodfood.brussels/fr/contributions/parcours-daccompagnement-entrepreneuriat-en-alimentation-durable>



GREENLAB.BRUSSELS

Organisator :

hub.brussels

Beschrijving :

greenlab.brussels is een accelerator voor duurzame start-ups in Brussel. In 6 maanden reikt het programma ondernemers via gepersonaliseerde coaching, thematische workshops en deskundig advies de sleutels aan om hun project te lanceren. De oproep tot kandidaatstelling vindt eenmaal per jaar plaats.

Meer informatie :

<https://hub.brussels/nl/greenlab-accelerator-voor-duurzame-start-ups/>



BEGELEIDING VAN DUURZAME ONDERNEMINGEN DOOR HUB.BRUSSELS

Organisator :

hub.brussels

Beschrijving :

hub.brussels biedt individuele begeleiding aan bestaande en toekomstige Brusselse ondernemingen waarvan het bedrijfsmodel rekening houdt met het milieu, energie en het gebruik van hulpbronnen. De begeleiding kan gericht zijn op het bedrijfsmodel, economische steun of potentiële partnerschappen.

Meer informatie :

<https://hub.brussels/fr/services/accompagnement-entreprises-durables-bruxelles/>



BEGELEIDING COOPCITY

Organisator :

Coopcity

Beschrijving :

Coopcity is een centrum voor sociaal en coöperatief ondernemerschap in Brussel dat verschillende ondersteuningsprogramma's biedt voor sociale ondernemingen in de opstart- of ontwikkelingsfase, en voor projecten die willen experimenteren met sociale innovatie.

Meer informatie :

<https://coopcity.be/>

EEN NETWERK VINDEN



CLUSTER CIRCLEMADE

Organisator :

hub.brussels

Beschrijving :

De cluster circlemade.brussels wil het referentienetwerk zijn van ondernemingen in de circulaire economie in Brussel. Het programma helpt zijn leden om hun concurrentiekracht te vergroten en om de presentatie van hun commerciële aanbod te vergemakkelijken. Leden krijgen ook de kans om hun netwerk uit te breiden, toegang te verwerven tot nieuwe markten en hun ontwikkeling te versnellen.

Meer informatie :

<http://circlemade.brussels/>



PROGRAMMA IRISPHERE

Organisator :

citydev.brussels

Beschrijving :

Het programma Irisphère heeft tot doel om de samenwerking tussen ondernemingen op gewestelijk niveau te bevorderen. Daartoe wordt individuele begeleiding of begeleiding in groep aangeboden om ondernemers in staat te stellen om op lokaal niveau economische kansen tussen bedrijven te identificeren, te evalueren en te benutten, waarbij de nadruk ligt op materialen en diensten (valorisatie van hulpbronnen, gedeeld gebruik van apparatuur, enz.)

Meer informatie :

<https://www.irisphere.be/>

INCUBATOREN IN HET BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST

Beschrijving:

Een incubator is een structuur die onderdak biedt aan spin-offs (bedrijven die zijn voortgekomen uit scholen of laboratoria) of start-ups door hen een ideaal kader te bieden voor hun ontwikkeling en lancering. Niet alleen stellen dergelijke incubatoren ruimtes ter beschikking tegen een voorkeurstarief, ze bieden gewoonlijk ook diverse advies- en begeleidingsdiensten aan. Incubatoren zijn ook ideale plaatsen om potentiële partners te ontmoeten.

Lijst van Brusselse incubatoren:

<https://1819.brussels/nl/infotheek/vestiging/de-incubatoren>



ONTHAALSTRUCTUREN VAN CITYDEV.BRUSSELS

Organisator:

citydev.brussels

Beschrijving:

citydev.brussels stelt via brucenter.brussels verschillende "business centers" ter beschikking in het Brusselse Gewest. Deze centra bieden ruimte aan economische actoren in het gewest die ondersteuning willen bij hun activiteiten. In de business centers komen gewoonlijk ondernemingen samen die in een welbepaalde sector actief zijn (design, innovatie, duurzaamheid, informatietechnologie enzovoort).

Lijst van Brusselse business centers:

<http://www.brucenter.be/fr/reseau/les-centres>

Heel wat andere openbare en particuliere steunmaatregelen die in het gewest beschikbaar zijn, zijn terug te vinden in deze gids:

<http://www.circulareconomy.brussels/offre-daccompagnement-pour-definir-et-ou-mettre-en-oeuvre-une-demarche-deconomie-circulaire/?lang=nl>

BIJLAGEN



VOOR DE STUDIE GESELECTEERDE ONDERNEMINGEN

Deze lijst geeft een overzicht van de ondernemingen die voor de studie werden geselecteerd, maar waarvan de managers niet werden geïnterviewd.

FASTNED

Land: Nederland

Beschrijving:

Fastned BV levert snellaaddiensten voor elektrische voertuigen in Nederland. De technologie van het bedrijf is geschikt voor alle soorten elektrische voertuigen, zoals de Tesla Model S/X, Nissan Leaf, BMW i3 en Hyundai Ioniq.

Meer informatie: www.fastnedcharging.com

RENEWCELL

Land: Zweden

Beschrijving:

ReNewCell AB is een Zweedse onderneming die actief is op het vlak van recycling van textiel. De eerste industriële vestiging werd in 2018 geopend in Kristinehamn. Om genoeg kleding te recyclen om echt een verschil te maken, investeert Renewcell momenteel om zijn productie op te voeren. In de nieuwe fabriek die in Sundsvall, Zweden, wordt gebouwd, zullen elk jaar honderden miljoenen kledingstukken worden gereed van stortplaatsen en verbrandingsovens.

Meer informatie: www.renewcell.com

BIO-BEAN

Land: Verenigd Koninkrijk

Beschrijving:

Technologie om koffiedik te recyclen tot een geavanceerde biobrandstof. De onderneming zamelt gebruikt koffiedik in bij cafés, kantoren, transportcentra en koffiefabrieken en recycleert het vervolgens tot duurzame, hoogwaardige producten die traditionele brandstoffen en chemicaliën kunnen vervangen. Hierdoor kunnen bedrijven tegelijkertijd ook de kosten voor afvalinzameling en -verwijdering drukken.

Meer informatie: www.bio-bean.com



● PLENTY

Land: USA

Beschrijving:

Exploitant van een overdekte verticale boerderij, ontworpen om versere, smakelijkere en voedzamere producten te verbouwen die overal verkrijgbaar zijn. Het bedrijf gebruikt zijn eigen verticale landbouwsystemen die engineering, software en teeltwetenschap combineren om gewassen te leveren die minder water nodig hebben en geen pesticiden of GGO's gebruiken.

Meer informatie: www.plenty.ag

● INFARM

Land: Duitsland

Beschrijving:

Ontwikkelaar van een overdekt verticaal landbouwsysteem op basis van het internet der dingen en datawetenschappen dat de implementatie van een alternatief voedingssysteem mogelijk maakt. Het proces van de onderneming bestaat uit een compacte kweekset die de landbouw vereenvoudigt. Het uiteindelijke doel bestaat erin om steden zelfvoorzienend te maken op het vlak van voedselproductie en tegelijkertijd de veiligheid, kwaliteit en ecologische voetafdruk van de voedingsmiddelen aanzienlijk te verbeteren.

Meer informatie: www.infarm.com

● AGRICOOL

Land: Frankrijk

Beschrijving:

Producent van biologische groenten en fruit in een gecontroleerde atmosfeer. Agricoool doet aan stadslandbouw in containers, waarin de omstandigheden voor het telen van groenten en fruit zijn geoptimaliseerd (irrigatie, verlichting, koolstofdioxide, enz.). Agricoool gebruikt geen pesticiden, vermindert de hoeveelheid water die nodig is aanzienlijk en gebruikt alleen hernieuwbare energiebronnen, waardoor klanten lokaal en duurzaam geteeld fruit en groenten krijgen.

Meer informatie: www.agricool.co

● WASTEHERO

Land: Denemarken

Beschrijving:

Aanbieder van commerciële diensten voor de optimalisatie van afvalbeheer. De technologie van WasteHero digitaliseert afvalinzameling, waardoor inefficiënte routes worden geëlimineerd zodat aanzienlijke besparingen kunnen worden gerealiseerd en de CO₂-uitstoot kan worden teruggedrongen. Zo kunnen klanten nieuwe bronnen van inkomsten vrijmaken en hun omzet laten groeien.

Meer informatie: www.wastehero.io



● PAPTIC

Land: Finland

Beschrijving:

Fabrikant van boodschappentassen die zijn gemaakt van houtderivaten. De tassen van de onderneming combineren het hernieuwbare en recycleerbare karakter van papier met de functionaliteit van plastic, zodat klanten milieuvriendelijk kunnen zijn zonder dat dit ten koste gaat van hun dagelijkse behoefte aan een boodschappentas.

Meer informatie: www.paptic.com

● TOO GOOD TO GO

Land: Denemarken

Beschrijving:

Onderneming die strijdt tegen voedselverspilling: Het platform Too Good to Go brengt kleinhandelaars die aan het einde van de dag af willen van hun onverkochte goederen in contact met consumenten die dit overtollige voedsel tegen een verlaagde prijs kunnen kopen.

Meer informatie: www.toogoodtogo.be

● FAIRPHONE

Land: Nederland

Beschrijving:

Ontwikkelaar van ethische smartphones. De toestellen worden gemaakt van materialen die afkomstig zijn van een volledig transparante keten, van het begin tot het einde van de levenscyclus van de telefoon.

Meer informatie: www.fairphone.com

● RECUP GMBH

Land: Duitsland

Beschrijving:

RECUP is een statiegeldsysteem met herbruikbare bekers en kommen voor koffie en afhaalmaaltijden, dat een eenvoudig alternatief biedt voor wegwerpverpakkingen. De klanten variëren van restaurants en traiteurs tot benzinestations.

Meer informatie: www.recup.de



● SURVEMOBILITY

Land: Duitsland

Beschrijving:

Aanbieder van laad- en mobiliteitsdiensten om de beperkingen van elektrische voertuigen aan te pakken. Door een uitgebreide dienstverlening te combineren met intelligente software en slimme infrastructuur oplossingen biedt het bedrijf oplossingen voor mobiel laden en verschillende onderhoudsdiensten, waardoor eigenaars hun elektrische voertuigen efficiënter en kosteneffectiever kunnen gebruiken. De klanten zijn beheerders van wagenparken met deelvoertuigen (elektrische auto's en scooters).

Meer informatie: www.survemobility.com

● KARMA

Land: Zweden

Beschrijving:

Toepassing om voedselverspilling tegen te gaan, waarbij restaurants, cafés en kruidenierswinkels in contact worden gebracht met consumenten. Via het platform kunnen handelaars hun onverkochte goederen te koop aanbieden en kunnen consumenten die tegen verlaagde prijzen kopen.

Meer informatie: www.karma.life

● GLASSFOREVER

Land: Denemarken

Beschrijving:

Innovatieve oplossingen op het gebied van plastic en glaswerk, gericht op functionaliteit, productveiligheid en milieu (hergebruik en recycling). Zodra de herbruikbare, recycleerbare en milieuvriendelijke plastic producten zijn gebruikt, worden ze teruggewonnen, vermalen en worden er nieuwe producten van gemaakt.

Meer informatie: www.glassforever.com

● PA-RI MATERIA

Land: Finland

Beschrijving:

Pa-Ri Materia verkoopt hoogwaardig en milieuvriendelijk nieuw en tweedehands kantoormeubilair aan bedrijven van elke omvang en aan consumenten. Het dienstenaanbod omvat recycling van meubilair, verkoop, ontwerp, vervoer, levering en plaatsing van nieuw en tweedehands meubilair, onderhoudsdiensten en verhuur van meubilair.

Meer informatie: www.pari.fi



● BZZT

Land: Zweden

Beschrijving:

Exploitant van transportdiensten die gebruik maakt van «pod taxi's». Deze kleine elektrische voertuigen zijn ideaal voor korte ritten in de stad. Ze kunnen worden geboekt via een mobiele app, waardoor gebruikers toegang krijgen tot snelle ophaaldiensten aan lage tarieven.

Meer informatie: www.bzzt.se

● NASKEO ENVIRONNEMENT

Land: Frankrijk

Beschrijving:

Biogasinstallatie die duurzame energie produceert. De onderneming biedt kosteneffectieve en duurzame diensten aan waarmee klanten, voornamelijk landbouwers en industrieën, een extra bron van inkomsten kunnen genereren door hun organisch afval op te waarderen en te zorgen voor de productie van hernieuwbare energie door de valorisatie van biogas.

Meer informatie: www.naskeo.com

● YNSECT

Land: Frankrijk

Beschrijving:

Exploitant van «bioraffinaderijen» van insecten. Deze hoogwaardige en duurzame bronnen van eiwitten worden op grote schaal geproduceerd en verwerkt voor gebruik in veevoeder en voeding voor huisdieren.

Meer informatie: www.ynsect.com

● THE CHEEKY PANDA

Land: Verenigd Koninkrijk

Beschrijving:

Ontwerp en distributie van milieuvriendelijke papierproducten. Het gaat hier om toiletpapier en tissues die gemaakt zijn van zuivere bamboepulp, zonder toegevoegde kleurstoffen of chemicaliën. Ze worden vervaardigd met behulp van natuurlijke extractieprocessen die volledig koolstofvrij zijn, zodat klanten duurzaam, huidvriendelijk toiletpapier en tissues online kunnen vinden en kopen.

Meer informatie: www.uk.cheekypanda.com



LEXICON

Biomimetica: een methode om technische of ecologische problemen op te lossen door mechanismen die in de natuur worden aangetroffen, toe te passen in design, architectuur of materiaalontwikkeling.⁴

Blockchain: technologie waarmee informatie transparant, veilig en zonder een gecentraliseerde tussenpersoon kan worden opgeslagen en overgedragen.⁵

Risicokapitaal: investeringstransactie die erin bestaat jonge innoverende ondernemingen of ondernemingen met een groot groeipotentieel te financieren in de vorm van een deelneming in het kapitaal van die onderneming.⁶

B Corp-certificering: certificering die wordt toegekend aan bedrijven die voldoen aan geverifieerde normen inzake sociale en ecologische prestaties, alsook aan criteria inzake openbare transparantie en juridische verantwoordingsplicht.⁷

Joint venture: de gezamenlijke oprichting, door twee partners met verschillende nationaliteit, van een industriële of commerciële onderneming of de aanzienlijke deelneming in het kapitaal van een buitenlandse onderneming die op de beoogde exportmarkt is gevestigd, door een nationale exportonderneming.⁸

Ecodesign: een aanpak of een reeks productiemethoden die erop gericht zijn om ecologische aspecten in het ontwerp en de ontwikkeling van een product te integreren.

Circulaire economie: economisch uitwisselings- en productiesysteem dat ernaar streeft om in alle stadia van de levenscyclus van de producten (goederen en diensten) hulpbronnen efficiënter te gebruiken, om de impact op het milieu te verminderen en daarbij ook het individueel welzijn te ontwikkelen.⁹

Deeleconomie of collaboratieve economie: een principe van de circulaire economie dat gebaseerd is op het gedeelde gebruik van goederen en diensten in plaats van het individuele bezit ervan.

Sociaal en solidair ondernemerschap: een vorm van ondernemerschap die tot doel heeft om de economische prestaties ondergeschikt te maken aan de criteria van algemeen belang. Deze vorm van ondernemerschap omvat een geheel van economische initiatieven die in de eerste plaats een antwoord willen bieden op een sociale, maatschappelijke en/of ecologische behoefte.¹⁰

4. Natasha Chayaamor-Heil, François Guéna en Nazila Hannachi-Belkadi, «Biomimétisme en architecture. État, méthodes et outils», Les Cahiers de la recherche architecturale urbaine et paysagère [online], 1 | 2018
5. <https://blockchainfrance.net/decouvrir-la-blockchain/c-est-quoi-la-blockchain/>
6. Savignac Frédérique, «Quel mode de financement pour les jeunes entreprises innovantes. Financement interne, prêt bancaire, ou capital-risque ?», Revue économique, 2007/4 (Vol. 58), p. 863-889.
7. <https://bcorporation.eu/about-b-corps>
8. <https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/joint-venture.html>
9. <https://www.circulareconomy.brussels/a-propos/leconomie-circulaire/>
10. Amandine Barthélémy en Romain Slitine, Entrepreneuriat social, innover au service de l'intérêt général, 2012, Vuibert



Externaliteit: positieve of negatieve gevolgen van elke actie waarmee een economische waarde wordt gecreëerd of verloren gaat (extractie, productie, consumptie, logistiek, afvalverwerking, enz.) Met deze gevolgen wordt zelden rekening gehouden in de prijs van goederen en diensten, die hoofdzakelijk door de markt wordt bepaald.¹¹

Biogebaseerde materialen: materialen die afkomstig zijn van plantaardige of dierlijke biomassa.

Koolstofvrije productie: productie waarbij de uitstoot van koolstofdioxide wordt beperkt of teruggedrongen door gebruik te maken van energiebronnen met een lagere uitstoot (kernenergie, hernieuwbare energie), te werken met processen die het energieverbruik verminderen, of door CO₂ op te vangen en vast te houden.¹²

Donut-theorie: een theorie die werd ontwikkeld door de Britse onderzoekster Kate Raworth en die de huidige economie opnieuw uitdenkt aan de hand van zeven basisprincipes die juridische, sociale en ecologische kwesties combineren, om de economie in de richting van een duurzame en eerlijke ontwikkeling te sturen.¹³

Tokens: “gebruikspenningen”, die worden uitgegeven en kunnen worden ingewisseld op een blockchain.¹⁴

BIBLIOGRAFIE

BELIN H., HANANEL C. (2019). L'économie circulaire en Région de Bruxelles-Capitale. The Word Company.

Europese Commissie, 2020. Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Europese Raad, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's - de Europese Green Deal.

Brusselse Hoofdstedelijke Regering, (2019). Gemeenschappelijke algemene beleidsverklaring van de Brusselse Hoofdstedelijke Regering en het Verenigde College van de Gemeenschappelijke Gemeenschapscommissie - Legislatuur 2019-2024.

OESO, (2019). Business Models for the Circular Economy, Opportunities and Challenges for Policy.

11. https://theshiftproject.org/wp-content/uploads/2020/07/Rapport-davanvement_Vision-globale_V0_PTEF_Shift-Project.pdf

12. <https://donut.brussels/projet/>

13. <https://blockchainfrance.net/2018/05/22/comprendre-les-tokens/>



GEWESTELIJKE OVERHEIDSDIENST BRUSSEL
SERVICE PUBLIC RÉGIONAL DE BRUXELLES