

EXTRA BULAGE - 24 OKTOBER 2024

Trends Impact awards

35

FINALISTEN
EN WINNAARS

Ex-Red Panther
 AISLING D'HOOGE
Toonbeeld van
veerkracht

'IK DOE ALLES VOOR
 100 PROCENT '

De PMD-zak op de werkvloer?

Die hoort er
gewoon bij.

Sorteer PMD op het werk, net zoals thuis.

Sluit een PMD-contract af met een aangesloten afvalophaler en ontvang een welkomstpremie. Zo kom je de verplichting na om PMD te sorteren op je werkplek en draag je samen met je bedrijf bij aan de circulaire economie.

Opgelet, bedrijfsmatige plastic folie hoort thuis in de foliezak en niet bij het PMD.

Meer info en gratis communicatiemateriaal op sorterenophetwerk.be



Goed nieuws onder de waterlijn



BENNY DEBRUYNE
Redacteur Trends

Voor wie begaan is met de omslag naar een duurzamere economie op een gezonde planeet, bracht het afgelopen jaar vaker dan verwacht slecht nieuws. De natuurherstelwet, het sluitstuk van de Europese groeistrategie, de Green Deal, haalde het nog met de hakken over de sloot. Maar de nieuwe EU-regels over ontbossing werden uitgesteld, en ook aan andere maatregelen van de Green Deal wordt gemorrelt. Die is zeker niet perfect, maar het gebeurt zelden dat de Europese Unie zo'n systemisch langetermijnplan met duidelijke doelen heeft.

Ondanks de vertraging is er onder de waterlijn van alles aan het gisten. Met Steward-owned richten vijftien organisaties dit najaar een nieuwe non-profitbeweging op om *steward-ownership* in België op de kaart te zetten. Steward-ownership is een alternatief eigenaarsmodel waarbij de stemrechten worden losgekoppeld van de rechten van investeerders. Op die manier kan de missie van een bedrijf worden verankerd en kan worden vermeden dat die verwatert. Een ander interessant initiatief is de oprichting van CEC Belgium. CEC neemt CEO's van multinationals tot start-ups mee in een tien maanden durend traject om het zakenmodel van hun bedrijf te verduurzamen. De methode van CEC heeft de afgelopen drie jaar in Frankrijk haar deugdelijkheid bewezen. Nu breidt de organisatie uit naar België (lees blz. 24).

Uiteraard vinden we onder de waterlijn ook de deelnemers aan de Trends Impact Awards, waarover u in deze gids leest. Het zijn talrijke bevlogen kleine impactbedrijven en grote ondernemingen die hun zakenmodel duurzaam heruitvinden en uitgroeien tot de rolmodellen die onze economie nodig heeft. **t**

COLOFON

Eindredactie: Frans Baeyens, Ellen Devos, Tamara Mestdaghe en Wim Ver Elst

Redactie: Benny Debruyne, Christophe Charlot, Myrte De Decker, Ilse De Witte, Camille Delannois, Caroline Lallemand, Jef Poortmans, Roel Van Espen, Laurens Verledens

Vormgeving: Lien Cauwenbergh, Griet Peeters, Hans Robberechts en Valentin Levêque

Coverbeeld: Imagedesk

Verantwoordelijke uitgever: Sophie Van Iseghem

Drukkerij: Roularta Printing

NV Roularta Media Group

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoerd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

MOST SUSTAINABLE COMPANY 2024

CERTIFIED Trends **Impact** awards

Inhoud

- 4 Aisling D'Hooghe:** sportvrouw, schepen en moeder
- 9 Column Zelfa Madhloum**
- 10** Hoe is het met de **winnaars van vorig jaar** gesteld?
- 16 Jochen Vincke (PwC)** over de duurzame transformatie
- 18 Hélène de Troostembergh (BuildUp)** wil radicaal anders bouwen
- 20 Column Britt Buseyne**
- 21** Het duurzame parcours van **Colruyt Group**
- 24 CEC** begeleidt nu ook Belgische bedrijven
- 26 Jan Beyne (AMS)** paveit de weg voor duurzame ondernemingen
- 28** Het Belgische ecosysteem van **impactfondsen**
- 34** Trends Impact Awards voor **Technologie**
- 36** Trends Impact Awards voor **Klimaat & Energie**
- 42** Trends Impact Awards voor **Mobiliteit**
- 46** Trends Impact Awards voor **Diversiteit & Inclusie**
- 50** Trends Impact Awards voor **Veerkracht**
- 52** Trends Impact Awards voor **Ecologie**
- 56** Trends Impact Awards voor **Circulaire Economie**
- 60** Trends Impact Awards voor **Welzijn**
- 62** Column **Anne Snick**





AISLING D'HOOGHE IS VOORMALIGE RED PANTHER, SCHEPEN EN MOEDER

‘Ik jongleer graag met mijn verschillende petten’

Topsporter, schepen in Waterloo, moeder... en multiplesclerosepatiënt. De doelvrouw van de Red Panthers, die haar carrière net heeft afgesloten met een vierde plaats op de Olympische Spelen in Parijs, is waarschijnlijk een van de beste voorbeelden van vastberadenheid en veerkracht. “Ik moest in elke fase alles geven: op het veld, op kantoor en thuis”, zegt Aisling D’Hooghe. CHRISTOPHE CHARLOT

De doelvrouw van de Red Panthers, Aisling D’Hooghe, heeft net als haar teamgenoten haar stempel gedrukt op de Olympische Spelen van Parijs 2024. De hockey-speler heeft haar internationale carrière afgesloten met een mooie vierde plaats. Ze belichaamde zestien jaar lang veerkracht en ambitie op het hoogste niveau van het Belgische en internationale hockey en nam deel aan twee Olympische Spelen, in Londen in 2012 en in Parijs afgelopen zomer.

Maar Aisling D’Hooghe is veel meer dan een sportvrouw. Als echtgenote, moeder en schepen in Waterloo heeft ze haar gezins-, professionele en sportieve verantwoordelijkheden met succes gecombineerd. Niettegenstaande ze op zesjarige leeftijd multiple sclerose kreeg, een ziekte die haar ambitie had kunnen afremmen, heeft ze van elk obstakel een springplank gemaakt en haar karakter in staal gesmeed. Aisling D’Hooghe is een vechter die van elke uitdaging een kans heeft

gemaakt. Haar carrière is een toonbeeld van doorzettingsvermogen en evenwicht tussen haar passie en haar privéleven, en bewijst dat het mogelijk is te streven naar uitmuntendheid en tegelijkertijd nederig te blijven en open te staan voor anderen. Een ware inspiratiebron.



‘Zo ben ik opgevoed: om dingen volledig en zo goed mogelijk te doen’

U hebt net het einde van uw internationale carrière bij de Red Panthers aangekondigd, na zestien jaar aan de top en na de ongelooflijke race van uw team op de Olympische Spelen in Parijs. U eindigde zeer positief met een vierde plaats. Maar u wist niet zeker of u nog zou spelen.

AISLING D’HOOGHE. “Wat is er mooier dan mijn carrière te beëindigen op de Olympische Spelen? Ik was inderdaad als reserve

geselecteerd, dus er was een risico dat ik helemaal niet zou spelen. Dat hoort bij topsport. Toen ik te horen kreeg dat ik slechts een reserve-speler zou zijn, was ik natuurlijk verdrietig, nadat ik zo hard had gewerkt om me voor te bereiden. Maar ik accepteerde het en ik zag het niet als een persoonlijk falen, omdat ik alles had gedaan wat ik moest doen. We weten allemaal dat in de sport niets vanzelfsprekend is.”

Na de terugtrekking van de startende keeper profiteerde u optimaal van de Spelen. Met ambitieuze doelen en een uitzonderlijke motivatie.

D’HOOGHE. “Absoluut, we gingen erheen om een medaille te winnen. We hielden van positieve druk en dat stimuleerde ons. Op de Spelen van Londen in 2012, waar ik ook aan deelnam, was ik zeventien. Het was een ongelooflijke ervaring. We waren een jong team dat naar de Olympische Spelen ging voor de ervaring zelf en niet met de hoop op een podiumplaats.”

U hebt een schitterende carrière in de topsport achter de rug, die u hebt gecombineerd met een functie als schepen in de gemeente Waterloo. En dat alles



IMAGEDESK

terwijl u moeder werd. Was dat moeilijk?

D'HOOGHE. “Ik jongleer graag met mijn verschillende petten. Ze komen overeen met verschillende facetten van mijn persoonlijkheid. Toen ik met hockey begon, was dat puur voor het plezier. Ik heb altijd van sport gehouden, maar ik heb ook altijd geweten dat het niet alles is in het leven. Sport brengt het risico op blessures mee

en dingen kunnen op elk moment tot stilstand komen. Ik heb dus altijd mijn liefde voor sport behouden, zonder dat het mijn enige reden om te leven werd. Daarom besloot ik fysiotherapie te studeren, wat ik kon combineren met mijn trainingen. Ik heb altijd dingen willen combineren en dat evenwicht willen bewaren.”

Dat is u gelukt en u hebt zichzelf gevestigd als een vechter,

1 AISLING D'HOOGHE

“Elke keer dat ik op het veld sta, beschouw ik dat als een geschenk.”

vooral omdat u multiple sclerose hebt.

D'HOOGHE. “Ik kreeg de diagnose toen ik zes jaar was. Op een ochtend werd ik wakker om naar school te gaan en ik kon ik niet meer lopen. Ik had geen evenwicht meer en zag alles dubbel. We zijn meteen naar het ziekenhuis gegaan en na maanden van testen werd duidelijk dat ik multiple sclerose had.”





“Artsen waren in die tijd nogal negatief over de combinatie van sport en MS. Eén dokter adviseerde mijn ouders om me te doen stoppen met sporten, vanwege de vermoeidheid en het feit dat ik het op een dag toch niet meer zou kunnen. Maar mijn ouders zagen dat anders. Zij dachten: ‘Waarom nu niet zo veel mogelijk sporten, nu het nog kan?’ En dat hebben we gedaan, te beginnen met tennis. Toen ik tien was, wilde ik een teamsport doen en toen ben ik begonnen met hockey. Sindsdien beschouw ik elke keer dat ik op het veld sta, als een geschenk. “Van mijn zesde tot mijn zestiende kreeg ik dagelijks injecties. Het was niet altijd makkelijk, vooral niet als ik op kamp of bij vrienden op bezoek was. Mijn vader, die mijn persoonlijke verpleger werd, volgde me overal om me mijn injecties te geven. Toen ik zestien was, kreeg ik mijn tweede beroerte. Mijn hele rechterkant was verlamd, wat een grote stress was. Maar ik werd meteen behandeld en herstelde volledig. Een jaar later stond ik op de Olympische Spelen in Londen.”

U hebt een aantal jaren gewacht om over deze ziekte te praten in de media. Waarom?

D’HOOGHE. “Het was niet gemakkelijk voor me om erover te praten toen ik jong was. Ik wilde niet systematisch geassocieerd worden met multiple sclerose. Ik wilde een hockeyspeler zijn en gewoon een hockeyspeler. Ik wilde bekend zijn om het hockey en niet om mijn ziekte. Ik heb het pas later officieel bekendgemaakt, toen ik dacht dat het een positieve invloed op de buitenwereld zou kunnen hebben.”

Heeft uw ziekte invloed gehad op uw vastberadenheid om een topsportster te worden en hoge ambitie te hebben?

D’HOOGHE. “MS motiveerde me om zo lang mogelijk aan sport te doen. En ik wilde ten volle sporten, waardoor ik de top kon bereiken. Zo ben ik opgevoed: om dingen volledig en zo goed mogelijk te doen. Hetzelfde gold voor mijn studie en al het andere dat ik wilde doen. Niemand of niets dwingt me: het is gewoon een diep verlangen om het te doen en doelen na te streven. Samen met de steun van mijn familie heeft dat me in staat gesteld de obstakels en de moeilijke momenten te overwinnen.”

Hebt u veel moeilijke momenten meegemaakt?

D’HOOGHE. “Topsport brengt veel offers met zich. Je bent er natuurlijk toe bereid, maar je beleeft ook veel momenten van twijfel: word je geselecteerd of niet? Je bent bang voor blessures, en om daarna weer terug te komen. En dan zijn er ook momenten waarop je buiten het veld verantwoordelijkheid moet nemen voor een heleboel dingen en je je afvraagt of je alles nog wel kunt en wilt doen. Je moet vaak aan jezelf twijfelen, maar je moet nog altijd alles geven. Maar je moet ook accepteren dat je niet altijd honderd procent kunt zijn.”

Twijfels en tegenslagen hebben, en ze te boven komen, is ongetwijfeld ook wat je de top doet bereiken?

D’HOOGHE. “Topsporter of niet, je weet dat je daardoorheen moet. Het is alleen belangrijk dat de momenten van twijfel zo kort mogelijk zijn en dat we er zo snel mogelijk weer bovenop komen. Je kunt kracht putten uit verschillende bronnen: teamgenoten, familie. Soms zit het in de doelen die je jezelf stelt. In andere gevallen is het de competitie die ons motiveert: weten dat iemand anders net zo dicht bij de selectie zit als jij.”

Hoe is het u gelukt om al die rollen te combineren?

D’HOOGHE. “De mensen om me heen zijn essentieel geweest. Ik heb ook geleerd te delegeren en los te laten wanneer dat nodig is, omdat dingen niet altijd volgens plan gaan. Door ervoor te kiezen alles tegelijk te doen, wist ik dat mijn hockeyniveau misschien lager zou zijn door vermoeidheid en dat er op het werk momenten zouden zijn waarop ik zou moeten accepteren dat ik bepaalde dingen moest delegeren. Maar ik moest in elke fase alles geven, of het nu op het veld, op kantoor of thuis was.”



‘Toen ik zestien was, kreeg ik mijn tweede beroerte. Een jaar later stond ik op de Olympische Spelen in Londen’

U bent iets meer dan drie jaar geleden moeder geworden.

D’HOOGHE. “Die beslissing hebben we als gezin genomen. We hebben er met onze naasten over gesproken. Mijn man, die voetbalt (Guillaume François, die voor Union Sint-Gillis speelt, *nvdv*), en ik wisten dat we veel hulp nodig zouden hebben. Ik had ook de toestemming nodig van de artsen vanwege mijn multiple sclerose, maar alles verliep soepel.”

Een kind krijgen in het midden van een sportcarrière is ook een risico.

D’HOOGHE. “Het was een risico, maar ik was bereid het te nemen. Mijn ambitie was om na mijn zwangerschap mijn plaats bij mijn club weer in te nemen en door te gaan met de Red Panthers. Maar ik was me er ook van bewust dat ik misschien niet meer op mijn niveau zou komen of zelfs niet



meer verder zou willen. Ik had daar veel vragen over, maar uiteindelijk ben ik rustig gebleven. En ik had het geluk omringd te zijn door een familie die me steunde.”

Hoe kon u uw sportcarrière combineren met uw rol als schepen en moeder?

D’HOOGHE. “Alles was goed georganiseerd, van de crèche ’s ochtends tot de training ’s avonds. Mijn man en ik deelden de taken en alles werkte dankzij duidelijke communicatie, goed management... en veel verschillende tassen thuis. Als ik ’s ochtends vertrok, moest ik ervoor zorgen dat ik mijn werkkledij voor in het gemeentehuis meenam voor na de training met het nationale team, en eventueel een derde tas met mijn clubkleding. Maar bovenal zorgde ik ervoor dat ik alles voor

honderd procent deed. Als ik bij mijn familie ben, zet ik al het andere opzij – de telefoon en de pc – en geniet ik van die momenten. Hetzelfde geldt voor het nationale team: alles geven.”

U maakte deel uit van een team, maar u werd gekozen omwille van uw vaardigheden en individualiteit. De coach van de Red Lions, het nationale mannen-team, legde uit hoe belangrijk het is om van een ‘team van sterren’ een ‘sterrenteam’ te maken. Hoe werkte het bij de vrouwen?

D’HOOGHE. “We zijn allemaal ‘sterren’ bij onze respectievelijke clubs, maar elk om verschillende redenen. Sommigen schitteren door hun techniek, hun spel met de bal, maar ze zijn niet per se degenen die zichzelf uitdrukken of het team verbaal motiveren.

Hun invloed ligt in de manier waarop ze op het veld werken. Anderen zijn ‘sterren’ omdat ze doelpunten kunnen maken, of omdat ze zich volledig inzetten om te verdedigen. “We hebben allemaal een leiderschapsrol, maar met verschillende verantwoordelijkheden en kwaliteiten. Dankzij onze coaches konden we die rollen op mentaal en sportief niveau verduidelijken. We wisten precies op wie we moesten vertrouwen op verschillende momenten in een wedstrijd. Elke speler had haar plaats en dat was heel duidelijk. Sommigen waren er bijvoorbeeld om het team op te peppen als er energie ontbrak, met een meer directe en rechtdoorzee aanpak. Anderen waren de tactici, in staat om de oplossing te vinden als het meer een strategisch probleem was. Die spelers spraken misschien niet voor de hele groep, maar ze wisten hoe ze oplossingen moesten doorgeven aan een paar teamgenoten, waarna het aan de meer extraverte spelers was om die boodschap aan het hele team over te brengen. In feite werden we allemaal leiders op onze eigen manier, met onze eigen sterke punten. Dat maakte onze groep nog sterker en meer samenhangend. Op een bepaalde manier waren we allemaal aanvoerders, ook al droegen maar enkele van ons de armband. Elke speler had een cruciale rol op specifieke momenten.”

Wat was uw rol?

D’HOOGHE. “Ik had meerdere rollen, en ik was niet de enige. Een van mijn belangrijkste rollen in het team was het bieden van meer sociale ondersteuning: ik had het vermogen om snel te zien wie een helpende hand nodig had, wie het moeilijk had. Of het nu op of naast het veld was, ik kon zien wanneer er iets mis was. Soms had het niet met hockey te maken, maar met hun persoonlijke leven, studie of werk. ➔

➔ AISLING D’HOOGHE

“Multiple sclerose motiveerde me om zo lang mogelijk aan sport te doen.”



BELGAIMAGE

Mijn doel was om het team bij elkaar te houden en tegelijkertijd aandacht te hebben voor elk individu. Maar ik had ook een meer sturende, bijna dictatoriale rol op het veld. Als het fout ging, moest ik snel beslissingen nemen. Dankzij de feedback van anderen kon ik zien wat niet werkte en gaf ik in een paar woorden duidelijke en precieze instructies. Soms moest ik strenger zijn, zelfs een beetje agressief, maar nooit zo streng dat er wrak ontstond. Het was gewoon een kwestie van duidelijk maken dat als we wilden slagen, we op een bepaalde manier moesten handelen, en niet volgens onze individuele verlangens. Dat werkte goed."

Hoe hebben de Red Panthers de Olympische Spelen als team ervaren?

D'HOOGHE. "We hebben elke wedstrijd apart benaderd, stap voor stap. We gingen het veld op met het idee elke wedstrijd één voor één volledig uit te spelen. Natuurlijk is het onmogelijk om in 60 minuten

van begin tot eind perfect te zijn. Er zijn altijd momenten dat het niet goed gaat, dat de twijfel toeslaat. Er zijn fases waarin sommige spelers beter zijn dan andere, en dat is normaal. We deelden onze gevoelens en onze manieren om met die momenten om te gaan, want op de Spelen is de druk enorm. Gelukkig bleven we ondanks de druk bij elkaar. Zodra de wedstrijden voorbij waren, konden we ons weer concentreren en bij elkaar komen. Dat toonde echt de spirit van het team: we vierden feest op het veld en gingen daarna meteen terug naar de wedstrijdmodus, altijd verenigd. Zelfs in het olympische dorp, dat immens is, bleven we altijd bij elkaar."

Wat is de link tussen politiek en sport?

D'HOOGHE. "Voor mij hebben politiek en sport veel gemeen. In mijn politieke werk is het, net als in de sport, onmogelijk alleen succesvol te zijn. Ik heb geweldige teams bij de gemeente, zowel op bestuurlijk niveau als in de gemeenteraad.

1 AISLING D'HOOGHE

"In mijn politieke werk is het, net als in de sport, onmogelijk alleen succesvol te zijn."

Iedereen heeft zijn eigen vaardigheden, maar we werken samen om het leven van de mensen in Waterloo te verbeteren. Het doel is tegemoet te komen aan de eisen en de behoeften van de bevolking, onder wie onze vrienden en burens. Het lijkt erg op wat ik in de sport heb meegemaakt: je moet om hulp durven te vragen, communiceren en als een team samenwerken om je doelen te bereiken."

Wat motiveert u het meest in uw rol als schepen?

D'HOOGHE. "Dat ik mag werken met toegewijde en empathische teams. Ik ben verantwoordelijk voor kinderopvang, gezin, jeugd, naschoolse opvang en senioren, dus ik ben echt betrokken bij alles wat met mensen te maken heeft. Ik hou ervan synergie te creëren tussen die verschillende sectoren en intergenerationele projecten op te zetten. Het is een zeer dankbare functie, omdat je op lokaal overheidsniveau heel snel de resultaten van je acties kunt zien. Het is ook heel stimulerend om vaardigheden en budgetten te kunnen combineren om een nog breder publiek te bereiken. Kortom, ik ben een beetje een organisator van evenementen, en het is echt opwindend."

In de sport is het stellen van doelen essentieel. Is dat ook zo in de politiek?

D'HOOGHE. "Absoluut. Ook in de politiek is het belangrijk doelen te stellen. Er zijn terugkerende projecten die we jaar na jaar organiseren, maar er komen ook nieuwe ideeën en nieuwe eisen. Ik heb altijd korte- en langetermijndoelen, anders worden dingen snel te routinistisch en ik hou niet van rust. De legislatuur duurt zes jaar, dus sommige projecten laten langer op zich wachten dan andere, maar dat zijn vaak de grootste en mooiste projecten." 1



'Een kind krijgen in het midden van een sportcarrière was een risico, maar ik was bereid het te nemen'



ZELFA MADHLOUM

Nog veel obstakels op de weg naar de inclusieve werkvloer

Nergens in Europa zijn zo veel migranten van buiten de Europese Unie níét aan het werk als in België. Dat blijkt uit een studie van de vakgroep UGent@Work. Nauwelijks 59 procent van de niet-Europese migranten heeft hier een baan. Daarmee scoren we bijna 10 procentpunt lager dan het Europese gemiddelde. Van de werkzoekende migranten van buiten de Europese Unie is ruim de helft al langer dan één jaar werkloos, ondanks de krapte op de arbeidsmarkt.

Het rapport van de Gentse onderzoekers is een zoveelste oorverdovende wake-upcall. Toch zet ons land nog altijd te weinig in op inclusie op de arbeidsmarkt. De praktische en administratieve drempels voor nieuwkomers blijven hoog, de wachttijden en andere bureaucratische monsters blijven talrijk aanwezig. Ook de discriminatie blijft hardnekkig. Daar worden trouwens niet alleen migranten het slachtoffer van. Ook 55-plussers, mensen met een beperking en huisvrouwen die na jaren inactiviteit weer aan de slag willen, moeten afrekenen met taboes en vooroordelen die een inclusieve werkvloer in de weg staan.

Voor de integratie van niet-Europese migranten zijn de voorbije jaren wel stappen gezet, maar de resultaten blijven ondermaats. Een rapport van de OESO legt de vinger nog maar eens op de wonde: we laten nieuwkomers te snel aan hun lot over en we investeren onvoldoende in het aanleren van het Nederlands. Twee jaar na de start van hun integratietraject had slechts 36 procent van de laagopgeleide mannen en amper 17 procent van de laagopgeleide vrouwen een baan. Voor de hoogopgeleide niet-Europese migranten is het een groot probleem dat hun diploma hier niet wordt erkend. Dat is keihard. Je zal maar een dokter of een professor zijn die moet vluchten uit Afghanistan, en hier opnieuw onder aan de ladder moeten beginnen. Ik ontmoet elke dag razend intelligente nieuwkomers die hier noodgedwongen in een fabriek of een magazijn werken. Dat vraagt een mentale klik – geef toe, we zouden het er in de omgekeerde situatie ook ontzettend moeilijk mee hebben – maar je moet hem wel maken.

Die eerste werkervaring hier is zó belangrijk. Een baan is de snelste weg om de taal te leren,

om bestaanszekerheid te vinden, om een netwerk op te bouwen, om je eigenwaarde terug te vinden. Werk is een kansenmachine en een springplank voor sociale mobiliteit.

Er is gelukkig ook een silver lining. Voor de research voor mijn boek *Elk talent aan boord* sprak ik met mensen van tientallen ondernemingen die hun vastgeroeste rekruteringsmethodes de voorbije jaren in de vuilnisbak hebben gekieperd. Ze kijken voorbij taal of diploma, ze focussen op talenten, vaardigheden en leergierigheid. Het speelt ook mee dat er langzaam maar zeker een nieuwe generatie doordringt tot in de hr-departementen en de bestuurskamers van bedrijven. Uit het Trendrapport van de Vlaamse overheid over kwetsbare groepen op de arbeidsmarkt blijkt dat het aantal hoogopgeleiden met een migratieachtergrond exponentieel stijgt. Zij hebben als ervaringsdeskundigen meer oog voor inclusie. Ze hebben zelf allerlei obstakels uit de weg moeten ruimen, ze weten hoe cruciaal die eerste kans is.



Een baan is de snelste weg om de taal te leren, om bestaanszekerheid te vinden, om een netwerk op te bouwen, om je eigenwaarde terug te vinden.

Als we de kloof op de arbeidsmarkt willen dichten, moeten we meer kansen geven aan mensen met een migratieachtergrond en onze vastgeroeste klassieke hr-rekruteringsmethodieken doorbreken. *'Hire for attitude, train for skills'* is tegenwoordig hét adagium van elke hr-verantwoordelijke. Dat kan door een inclusieve werkvloer te stimuleren, waarbij talent en vaardigheid vooropstaan. Iedereen wint daarbij: de werkgever geeft kansen, de werknemer grijpt ze. **i**

DE AUTEUR IS DE OPRICHTER VAN HET REKRUTERINGS- EN SELECTIEBUREAU BLOOM JOBS



DE TRENDS IMPACT AWARDS-WINNAARS VAN VORIG JAAR

‘Streven naar evenwicht tussen people, planet en profit’

In 2023 werden de Trends Impact Awards voor de tweede keer uitgereikt. Twaalf bedrijven vielen in de prijzen voor hun inzet voor een duurzamere wereld. Trends ging een jaar later aankloppen bij zes van hen. Hoe is hun organisatie geëvolueerd? Roel Van Espen / fotografie Leyla Hesna

COMPASS GROUP

Welke inspanningen levert Compass Group voor impact-ondernemen?

“Als cateringbedrijf streven we naar een evenwicht tussen people, planet en profit. Dat doen we door sociale en ecologische doelen in ons bedrijfsmodel te integreren, wat zich vertaalt in onder meer het creëren van eerlijke werkomstandigheden en het ondersteunen van kansarme groepen”, legt Wendy De Munter, food & sustainability manager van Compass Group, uit. “We reduceren ook onze ecologische voetafdruk door te kiezen voor lokale, seizoensgebonden en fairtrade producten, te werken met duurzame leveranciers en ons afval te beperken. We bevorderen bovendien de circulaire economie, bijvoorbeeld door gebruik

frituurvet te laten omzetten in biokerosine. Dat was goed voor 115 ton CO2-reductie in 2023.”

Welke gevolgen hadden de Trends Impact Awards voor uw bedrijf?

“Het feit dat we een van de finalisten waren, bevestigt onze positieve impact op de samenleving en het milieu. Duurzaamheid stond altijd al hoog op de prioriteitenlijst van Compass Group, maar is nu – samen met veiligheid – onze toprioriteit.”

Hoe evolueerde Compass Group het afgelopen jaar?

“Door verder in te zetten op minder verspilling, daalde ons voedselafval in 2023 met 76.432 kilogram, ofwel 18 procent. Dat komt overeen met een verminderde uitstoot van 328 ton CO2. Onze koks zetten nog meer plantaardige maaltijden op het menu en koken nu ook met ‘ugly veggies’, groenten die niet voldoen aan het schoon-



heidsideaal maar nutritioneel helemaal prima zijn. Het afgelopen jaar werden bovendien 7.517 maaltijden gered via het Too Good To Go-platform. Compass Group is ook het eerste Belgische bedrijf dat een zogeheten ‘ecoblok’ aankocht om de biodiversiteit in de Noordzee te verbeteren.”



‘Door verder in te zetten op minder verspilling, daalde ons voedselafval in 2023 met 76.432 kilogram, ofwel 18 procent’

WENDY DE MUNTER, COMPASS GROUP



DE GROOTE - DE MAN

Welke inspanningen levert De Groote - De Man voor impactondernemen?

“Duurzaamheid beschouwen we niet enkel als een doel, maar ook als een middel om te ondernemen. Het is een kernwaarde waar wij oprecht in geloven, en die altijd ten dienste staat van onze eigen mensen, onze cliënten en de samenleving”, zegt Jeroen De Man, de oprichter en partner van De Groote - De Man. “In de afgelopen drie jaar hebben we onder begeleiding van Voka interne en externe acties gevoerd rond één van de zeventien SDG's (duurzame-

ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties). Daarom zullen we volgende maand het eerste advocatenkantoor in België zijn met een door de VN erkend ‘SDG Pioneer’-certificaat.”

Welke gevolgen hadden de Trends Impact Awards voor uw bedrijf?

“We stellen vast dat het winnen van de award vooral de ogen van andere ondernemingen heeft doen opengaan. We werden door zeer veel binnen- en buitenlandse partijen gecontacteerd: zij wilden weten wat we precies doen, hoe we dat doen en wat daarvan de impact is. Onze visie op duurzaamheid en anders ondernemen zorgt bovendien voor een enorme instroom van geëngageerde kandi-

DE WINNAARS VAN VORIG JAAR

In 2023 kregen RumeXperts, EnergyVision, Turbulent, Shipit Multimodal Logistics, Accent, Augias Corp, De Stuyverij, River Cleanup, Renewi, PurFi Manufacturing, Elia en De Groote - De Man een Trends Impact Award.

daten, terwijl de concurrentie het soms moeilijk blijkt te hebben om bekwame mensen te vinden.”

Hoe evolueerde uw organisatie het afgelopen jaar?

“Ons kantoor groeit al jaren op rij met dubbele cijfers. Om dat op een verantwoorde wijze te doen, hebben we het voorbije jaar verder getimmerd aan een robuuste structuur die een duurzame groei voor onze mensen en cliënten kan blijven garanderen. We blijven ook ons ‘corporate rebels plan’ finetunen, en hebben daar onlangs nog een paar leuke extra's toegevoegd. Onze medewerkers krijgen bijvoorbeeld de kans gedurende een week in Barcelona of in een Zwitserse skichalet te gaan werken.”





ETHIAS

Welke inspanningen levert Ethias voor impactondernemen?

“Bij Ethias is duurzaamheid een fundamentele pijler van de ondernemingsstrategie. Ze is geïntegreerd in elk aspect van onze activiteiten: in de verzekeringsproducten en -diensten die we ontwikkelen, in onze investeringen en in de contacten die we onderhouden met onze klanten, partners en aandeelhouders”, aldus Effrosyni Lefka, head of corporate finance & sustainability bij Ethias. “We werken op de drie ESG-pijlers, en ambiëren daarmee dat onze bedrijfsvoering een blijvende impact heeft op de maatschappij.”

Welke gevolgen hadden de Trends Impact Awards voor uw bedrijf?

“Als enige financiële instelling onder de finalisten zijn we trots dat we bij de selectie hoorden. Onze finaleplaats is een erkenning van het feit dat onze aanpak en onze strategie juist zijn. Ze geeft onze mensen extra motivatie om de ESG-pijlers verder uit te bouwen en werk te blijven maken van talrijke impactvolle projecten. We konden intussen ook heel wat rijke contacten leggen, en de mooie cases van de andere finalisten waren bovendien zeer inspirerend.”

Hoe evolueerde uw organisatie het afgelopen jaar?

“Ethias blijft zich engageren om de maatschappelijke en ecologische uitdagingen van vandaag en morgen aan te pakken, terwijl we de nationale economie en de verschillende stakeholders actief blijven ondersteunen. We werken ook verder aan concrete stappen

om een ‘netto-zero-uitstoot’ te bereiken: tegen 2020 moet onze hele waardeketen op groepsniveau koolstofvrij zijn. De afgelopen maanden hebben we actief gewerkt aan de voorbereidingen van ons transitieplan, dat eind dit jaar wordt voorgelegd aan de wetenschappelijke comités van het Science Based Targets initiative (SBTi).”

HYSOPT

Welke inspanningen levert Hysopt voor impactondernemen?

“Onze software helpt HVAC-ontwerpers om hun verwarmings- en koelinstallaties te optimaliseren”, legt Roel Vandenbulcke, de oprichter en CEO van Hysopt, uit. “De simulatietechnologie kwantificeert de verschillende alternatieven en identificeert de beste keuze. In meer dan 500 middelgrote en grote projecten resulteerde dat in een gemiddelde CO2-besparing van 42 procent. Naast de impact die we realiseren met onze software, trachten we ook onze eigen operationele werking te verduurzamen onder het motto ‘Walk the talk’. En hoewel ESG-rapportering voor ons nog niet verplicht is, ligt er toch al een ambitieus plan voor 2025 klaar.”

Welke gevolgen hadden de Trends Impact Awards voor uw bedrijf?

“We hebben heel wat reacties op onze overwinning ontvangen. Enkele bouwheren wilden het fijne van onze softwaremogelijkheden weten, en ook een paar investeerders toonden interesse. Dat is niet onbelangrijk voor een snelgroeiend technologiebedrijf als het onze. Door de Trends Impact Awards kregen we boven-

dien de kans om deel te nemen aan een boeiende podcast die Hysopt extra onder de aandacht heeft gebracht.”

Hoe evolueerde Hysopt het afgelopen jaar?

“In het verleden opereerden we vooral als een ‘project business’, waarbij we met onze software rechtstreeks de bouwheer aanspraken. In plaats van alle HVAC-projecten zelf te optimaliseren, bieden we onze technologie sinds begin 2024 aan als een SaaS (software-as-a-service) die zich richt tot studiebureaus en installatiebedrijven. Daardoor kan onze software op veel grotere schaal worden ingezet, wat resulteert in meer impact. Intussen haalden we al meer dan vijftig SaaS-klanten binnen, zowel in België als in Canada en Australië.”

RIVER CLEANUP

Welke inspanningen levert River Cleanup voor impactondernemen?

“Als Belgische non-profitorganisatie heeft River Cleanup als doel rivieren wereldwijd plasticvrij te maken”, legt Thomas de Groote, de oprichter en CEO van River Cleanup, uit. “Sinds de oprichting in 2019 activeerden we ruim 280.000 vrijwilligers in honderd landen. We ruimden al meer dan 3,6 miljoen kilogram rivierafval op. Vorig jaar hebben we een



‘We zullen het eerste advocatenkantoor in België zijn met een door de VN erkend ‘SDG Pioneer’-certificaat’

JEROEN DE MAN, DE GROOTE - DE MAN



schalbaar model ontwikkeld om duizend rivieren plasticvrij te maken tegen 2050. Het Clean River Model focust op het activeren van community's, het invoeren van preventieve maatregelen en het versnellen van systemische veranderingen door samenwerking met lokale overheden en beleidsmakers."

Welke gevolgen hadden de Trends Impact Awards voor uw bedrijf?

"Het winnen van de Trends Impact Award zorgde voor een externe validatie van onze duurzame strategie. Maar ook binnen de organisatie gaf de prijs het team een boost en de bevestiging dat we met de juiste dingen bezig zijn. Er volgden intussen diverse gesprekken met potentiële partners die ons verhaal willen ondersteunen en financieren."

Hoe evolueerde uw organisatie het afgelopen jaar?

"In het voorbije jaar groeide het aantal vrijwilligers van 250.000

naar 280.000, dankzij grote acties zoals de World Cleanup Day en de River Cleanup Challenge. We hebben ook de implementatie van ons Clean River Model verder uitgebouwd in onze actiezones in België en Indonesië. Daarnaast zoeken we financiering voor een derde actiezone in Kameroen. Er is alvast een grote buy-in van de lokale community's en overheden om het probleem structureel aan te pakken. Onze ervaring in deze drie landen zal ons de kans bieden verder te groeien naar honderd rivieren tegen 2030."

RUMEXPERTS

Welke inspanningen levert RumeXperts voor impact-ondernemen?

"RumeXperts ontwikkelt digitale oplossingen die bijdragen aan de duurzaamheid en productiviteit van de landbouw", zegt chieft

THOMAS DE GROOTE (RIVER CLEANUP, links)
"We ruimden al meer dan 3,6 miljoen kilogram rivierafval op."

technical officer Léonard Théron. "Een voorbeeld is ons Salve-RumiSense-platform: een waarschuwingssysteem dat het veestapelbeheer optimaliseert aan de hand van datagedreven inzichten. De realtime analyse van allerlei factoren kan problemen in een vroeg stadium voorspellen. Die proactieve aanpak verbetert het dierenwelzijn, vermindert de veesterfte, verlaagt de productiekosten en reduceert voedselverspilling en de uitstoot van broeikasgassen."

Welke gevolgen hadden de Trends Impact Awards voor uw bedrijf?

"Het winnen van de Trends Impact Award is een belangrijke erkenning van onze inzet. Het valideert onze inspanningen om technologie in te zetten voor beter veestapelbeheer en dierenwelzijn, en versterkt ons geloof in de kracht van data om duurzame landbouwpraktijken te stimuleren. De award heeft ons team extra energie gegeven, en heeft onze vastberadenheid versterkt om de grenzen te blijven verleggen van wat mogelijk is op het raakvlak van technologie en veehouderij."

Hoe evolueerde RumeXperts het afgelopen jaar?

"Het afgelopen jaar lag de focus vooral op het verduurzamen van de veehouderij. We hebben algoritmen geïmplementeerd waarmee we de gezondheidsproblemen van kuddes tot 25 dagen eerder kunnen voorspellen dan voorheen. Bovendien hebben we ons Salve-RumiSense-platform uitgebreid om meer boerderijen in verschillende regio's te kunnen ondersteunen. Momenteel zijn we ook bezig met een tweede fondsenwervingsprogramma om onze verdere groei te ondersteunen. Het doel is: duurzame landbouw nog toegankelijker te maken." **T**

Credendo Green Package

“Credendo lanceerde in 2022 een pakket incentives ter ondersteuning van duurzame en verantwoorde activiteiten. Het Credendo Green Package helpt ondernemingen bij hun energietransitie en het ontwikkelen van nieuwe activiteiten en markten. De kredietverzekeraar draagt hiermee bij aan de strijd tegen klimaatverandering.”

PROACTIEF EN DUURZAAM ENGAGEMENT

“Met het Credendo Green Package onderschrijft Credendo de ambities van Europa en de doelstellingen van het klimaatakkoord van Parijs om de opwarming van de aarde tegen het einde van deze eeuw tot 1,5 °C te beperken”, verduidelijkt **Nabil Jijakli**, Deputy CEO van Credendo. “In het licht van dit engagement hebben wij enerzijds een proactief commercieel beleid uitgewerkt om via incentives projecten met een positieve ecologische en maatschappelijke impact te steunen. Anderzijds bouwen we geleidelijk onze steun af voor activiteiten die zich op middellange termijn zullen moeten aanpassen of dreigen te verdwijnen. Denk hierbij aan olie- en gaswinning.” De kredietverzekeraar wil op die manier een bijdrage van betekenis leveren aan de strijd tegen klimaatverandering.

Nabil Jijakli,
Deputy CEO van Credendo



“Het Credendo Green Package bundelt de interessantste voorwaarden van onze steun aan exportbedrijven”

MEER STEUN VOOR DUURZAME EXPORT

Om de transitie naar duurzame energie te versnellen en de transacties te ondersteunen die bijdragen aan een beperking van broeikasgassen lanceerde Credendo in 2022 het Credendo Green Package. “Het Credendo Green Package bundelt de interessantste voorwaarden van onze steun aan exportbedrijven”, vervolgt Nabil Jijakli. “We voerden in dit verband ook een aantal maatregelen door, zoals een lagere drempel voor het Belgisch belang van een transactie (minimumdrempel van 20%), een dekking tot 98% van het totaalbedrag, een grotere participatie van Credendo in financiële garanties (tot 80%), meer middelen voor directe financiering van de transacties met een verhoging van de maximumbedragen (tot 15 miljoen euro) en een verlenging van de terugbetalingstermijnen (tot 10 jaar).” Credendo heeft een budget van 100 miljoen euro uitgetrokken voor de financiering van groene transitie als onderdeel van het Credendo Green Package. In 2023 kregen 28 transacties ondersteuning via het Credendo Green Package. De dekking (een totaalbedrag van 1,33 miljard euro) ging naar sectoren als wind-, zonne- en waterstofenergie, biomassa en geothermie.

RUIMER MAATSCHAPPELIJK ENGAGEMENT

Nu het initiatief twee jaar loopt, besliste Credendo begin deze maand om het pakket milieuvriendelijke sti-



muleringsmaatregelen uit te breiden met sociale incentives. Deze keuze sluit naadloos aan bij de ESG-criteria (milieu, maatschappij en governance) die de duurzaamheid van een onderneming aangeven. “We wilden onze strategie uitbreiden met maatschappelijk verantwoorde activiteiten die bijdragen aan de ontwikkeling van de landen waar onze exporteurs actief zijn”, aldus Nabil Jijakli. “De incentives zijn nu dus ook van toepassing op een reeks gezondheidsprojecten, zoals ziekenhuisinfrastructuur en recyclage van medisch afval. We steunen ook projecten in het kader van onderwijs en beroepsopleidingen van jongeren, of de bouw van betaalbare woningen. Deze initiatieven vormen een aanvulling op projecten rond drinkwatervoorziening en waterzuivering die we eerder al steunden.

“Om gelijke tred te houden met de technologische ontwikkelingen en

internationale normen en regelgevingen, hebben we niet alleen sociale projecten in onze strategie opgenomen, maar ook onze lijst met milieuactiviteiten bijgewerkt”, aldus **Jolien Thomas**, Environmental and Social Analyst bij Credendo. “Zo omvat onze lijst van groene activiteiten nu ook de bouw van installaties voor de productie van herlaadbare batterijen of de ontginning, recyclage, verwerking en zuivering van mineralen en ertsen voor schone energie.”



Jolien Thomas, Environmental and Social Analyst bij Credendo

"Sinds september hebben we, naast de milieuactiviteiten, ook de maatschappelijke activiteiten opgenomen in het Credendo Green Package."

DUIDELIJK OMSCHREVEN CRITERIA OM IN AANMERKING TE KOMEN

Alle toekenningsaanvragen voor het Credendo Green Package worden door Credendo gecheckt op basis van duidelijk omschreven ontvanke-lijkheidscriteria. “Transacties moeten aan drie belangrijke voorwaarden voldoen om in aanmerking te komen voor het Credendo Green Package”, legt Jolien Thomas uit. “De bedrijfsactiviteit moet in de eerste plaats voorkomen in de lijst met milieuvriendelijke projecten (energie, productie, fabricatie, bouw en renovatie van gebouwen, landbouw, bosbouw en bodemgebruik, voorkomen van verontreiniging, afval- en waterbeheer, transport, klimaat-aanpassing en consultancydiensten) en/of maatschappelijke activiteiten (betaalbare woningen, basisinfrastructuur en -vervoer, onderwijs en opleiding, gezondheidszorg, voedselveiligheid, duurzame landbouw enz.). Vervolgens mag de transactie geen significante negatieve restefecten hebben op maatschappelijk of ecologisch vlak. En tot slot moeten de principes van goed bestuur worden nageleefd.”

Samengevat: Credendo onderschrijft de energietransitie via een proactief beleid waarin een aantal maatregelen zijn opgenomen die op een positieve manier bijdragen aan de ambities van de klimaatakkoorden van Parijs. De kredietverzekeraar ondersteunt de ondernemingen bij het doorvoeren van de transitie door hen te helpen nieuwe activiteiten te ontwikkelen en alternatieve markten aan te boren. ●





JOCHEN VINCKE (PWC) OVER DUURZAME TRANSFORMATIE

‘Bedrijven moeten voorbereid zijn op volledige transparantie’

Duurzaamheid is een hot topic bij de Belgische ondernemingen. Geen enkele bedrijfsleiders kan het zich nog veroorloven er niet mee bezig te zijn. “Wie niet mee is, kan heel zwaar onder vuur komen te liggen”, zegt Jochen Vincke van PwC België. BENNY DEBRUYNE, FOTOGRAFIE FRANKY VERDICKT

De Bruggeling Jochen Vincke is van opleiding bio-ingenieur milieutechnologie. Geen verrassing dus dat hij bij het consultancy-, audit- en taxbedrijf PwC België de leiding neemt over duurzaamheid en al drie jaar mee zijn schouders zet onder de Trends Impact Awards. “Een van mijn drijfveren is dat ik graag een groene maakindustrie wil zien in Vlaanderen en België, en bij uitbreiding in Europa”, zegt Jochen Vincke. Op basis van zijn inzichten en de vele transformaties die hij begeleidde, publiceerde Vincke vorig jaar samen met Axel Smits, de CEO van PwC België, het boek *Operating with positive impact, How to navigate ESG complexity*. Daarin zweren de twee auteurs bij een pragmatische aanpak. Voor de overgang van een lineaire

naar een circulaire economie pleiten ze ervoor te beginnen met een ‘spiraaleconomie’.

In een circulaire economie worden materialen steeds weer hergebruikt, waardoor alle ‘afval’ een grondstof wordt voor een ander productieproces. Wat is het verschil met een spiraaleconomie?

JOCHEN VINCKE. “Sommige producten verliezen op een bepaald moment hun waarde. Als je papier recycleert, wordt het almaar donkerder tot het op een moment niet meer bruikbaar is. Dan moet je andere strategieën toepassen dan alleen maar hergebruik of recyclage. An sich is het circulaire model heel goed, maar veel bedrijven denken dat ze er nog niet aan toe zijn. Met een beetje meer pragmatisme vind je in elk bedrijf componenten waarvoor je materialen van de tweede of derde generatie kunt gebruiken.”

Kunt u daar een voorbeeld van geven?

VINCKE. “Voor een constructiebedrijf gingen we op zoek naar een manier om een suikercomponent niet meer uit tarwe of maïs te halen, maar uit materiaal dat we recupereren. We vonden de oplossing bij het gemeentelijke afval. Je moet natuurlijk inschatten in hoeverre die gerecupereerde glucose van dezelfde kwaliteit is, kijken hoeveel keer je dat materiaal kunt recyclen en hoe je het daarna kunt hergebruiken. Dat bedrijf werd daardoor niet direct circulair, maar door het zo aan te pakken, maak je het circulaire gedachtegoed meer toegankelijk.”

Belangrijk is functies te integreren in het bedrijf. Wat bedoelt u daarmee?

VINCKE. “In bedrijven is de afdeling innovatie en onderzoek & ontwikkeling vaak een beetje een club op zichzelf. Als je de innovatie kunt samenbrengen met je operationele diensten die vanuit de klant denken, kun je een innovatie ontwerpen die klanten meer aanspreekt. IKEA bijvoorbeeld denkt bij het ontwerp van zijn producten ook al na over hoe het die zal transporteren. Daardoor zijn die dozen zo compact.

“Het volgende niveau is kijken naar het ecosysteem waarin je actief bent. Je kunt dan bijvoorbeeld een samenwerking opzetten met de Veolia's en Renewi's van deze wereld om te kijken wat je kunt doen met je afvalstromen. Misschien kennen zij afnemers van die materialen. Vakorganisaties spelen daar ook een belangrijke rol in.”

Op dit moment zijn de bedrijven sterk bezig met de duurzaamheidsrapportering die wordt opgeschroefd. Soms lijken ze daardoor niet meer tot de eigenlijke transformatie te komen, klopt dat?



JOCHEN VINCKE
 “Het concurrentiële
 voordeel van in het
 buitenland te produ-
 ceren wordt kleiner.”

VINCKE. “Er is inderdaad een enorme fixatie op de regelgeving. Waaraan moeten we voldoen? Tegen wanneer? Wat moet er in die rapporten staan? Op lange termijn wordt dat voor de Europese bedrijven een voordeel, maar op korte termijn is het iets dat er bovenop komt, waardoor hun concurrentievermogen opnieuw een beetje in het gedrang komt. Maar eigenlijk willen we het met hen hebben over transformatie op basis van de data die ze verzamelen. Daar zijn nog maar weinig bedrijven mee bezig. Er komt zoveel technologie en rapportering aan, dat bedrijven maar beter voorbereid kunnen zijn op volledige transparantie. Wie niet mee is, kan heel zwaar onder vuur komen te liggen.”

De transformatie gaat over ESG meten en integreren in de strategie, overleggen met stakeholders en greenwashing vermijden. Kunt u dat wat meer toelichten?

VINCKE. “We merken dat veel bedrijven zich geforceerd voelen om ambities uit te spreken over het verminderen van hun emissies, het gebruik van hernieuwbare energie of hun inclusie- en diversiteitsbeleid. Ze doen dat vaak zon-

der de nodige achtergrond. Als je zegt dat je naar honderd procent hernieuwbare energie wil gaan tegen 2030, moet er wel een roadmap achter zitten.”

U bent een pleitbezorger voor een groene maakindustrie, terwijl bij veel managers het idee leeft dat de industrie wegtrekt uit Europa.

VINCKE. “Heel veel van onze bedrijven zijn opgestart in de tweede helft van de twintigste eeuw en verbruiken veel energie, denk aan de chemische cluster in Antwerpen. Daarnaast werken onze loonhandicap en ons vergunningenbeleid tegen. We zien daardoor investeringen verdwijnen naar het buitenland. Aan de andere kant is het ook goed rekening te houden met megatrends. Wij zijn van de Amazon-generatie, die iets bestelt en het meteen krijgt. Als bedrijf moet je dus niet te ver weg gaan zitten met je

productie. Een andere trend is dat mensen steeds meer producten willen die specifiek voor hen gemaakt zijn. Ik vermoed dus dat we van dat Amazon-model gaan naar een local-for-local-model (lokale productie voor lokaal gebruik, *nvdr*).”

Gaf de coronapandemie daar mee de aanzet voor? De lange productieketens werden plots kwetsbaar.

VINCKE. “Jammer genoeg was de eerste beweging dat bedrijven hun productie verplaatsten van China naar Vietnam of India. Erg veel korter wordt de keten daardoor niet. Toch ben ik ervan overtuigd dat het goed is om toe te werken naar meer lokale productie. In de jaren negentig verplaatsten bedrijven hun productie vooral om het loonvoordeel. Maar nu maakt arbeid een steeds kleiner deel uit van de kosten van een bedrijf. Het concurrentiële voordeel van in het buitenland te produceren wordt kleiner. Automatisering hoeft dus niet noodzakelijk een bedreiging te zijn, ze kan ook een kans zijn om productie terug te halen en de loonhandicap weg te werken.”

Er is heel wat polarisering, denk aan de discussies over de Europese groeistrategie Green Deal, of de vermeende tegenstelling tussen landbouw en natuur.

Hoe ziet u dat evolueren?

VINCKE. “Europa heeft ervoor gekozen de transitie naar een groene emissievrije economie in gang te zetten en dat zal niet meer veranderen. Er zitten ook heel veel goede zaken in de Green Deal, zoals de aandacht voor ontbossing, emissiecertificaten die gestaag zullen afnemen of de focus op een langere levenscyclus van producten. In een samenleving zul je altijd tegenstellingen hebben. Door het populisme van de jongste jaren vervallen we wel vaker in extremen. Die helpen het debat niet vooruit.” **!**



‘We merken dat veel bedrijven zich geforceerd voelen om ambities uit te spreken over duurzaamheidsdoelstellingen’



HÉLÈNE DE TROOSTEMBERGH IS DE CEO VAN BUILDUP

‘De algemene aannemer moet zich heruitvinden’

“Disruptie en de bouwsector, dat gaat niet goed samen”, weet Hélène de Troostembergh. Toch moet bouwen radicaal anders. De consument is er volgens de topvrouw van de offsite bouwer BuildUp klaar voor. En de planeet kan niet langer wachten. LAURENZ VERLEDENS, FOTOGRAFIE DEBBY TERMONIA

Hélène de Troostembergh is een vrouw met een missie: de Belg anders laten bouwen en renoveren. Met ‘anders’ bedoelt ze vooral duurzamer. “We zijn niet goed bezig”, zegt ze. “De bouw verbruikt 50 procent van de eindige bronnen, is verantwoordelijk voor 40 procent van de CO2-uitstoot en creëert 35 procent van alle afval.” Toch is ze ook optimistisch, “omdat deze ecologische crisis gepaard gaat met een gigantische economische kans”. BuildUp is een offsite bouwer. In een grote fabriekshal in Aarschot produceert het machinaal, op basis van stalen frames, vloer-, gevel- en dakpanelen die vervol-

gens op de bouwwerf in elkaar worden gepuzzeld.

Staat offsite bouwen aan de vooravond van een doorbraak?

HÉLÈNE DE TROOSTEMBERGH. “Ja, er zijn veel factoren die maken dat offsite bouwen nu wél zal doorbreken. Want vergis je niet: offsite bouwen is niet nieuw. Na de Tweede Wereldoorlog was er een grote woningnood, die deels is ingevuld met offsite gebouwde woningen. De focus lag toen vooral op volume en veel minder op de kwaliteit. Vandaag is offsite bouwen in grote mate gedigitaliseerd, met een enorme kwaliteitssprong als resultaat. In die mate zelfs dat offsite gebouwde woningen nu klassieke woningen overklassen, onder meer op het gebied van akoestiek, thermische isolatie en luchtdichtheid.

“De klassieke bouwsector staat onder een enorme druk. De uitdagingen en de knelpunten voor de sector zijn niet min: strengere energie-eisen, het terugdringen van de CO2-uitstoot, een groot tekort aan geschoolde arbeidskrachten, een betaalbaar antwoord kunnen bieden op de groeiende woonnood enzovoort.”

Is de klassieke bouwsector klaar voor de transitie?

DE TROOSTEMBERGH. “Disruptie en de bouwsector, dat gaat niet goed samen. De bouw is een heel traditionele sector, en we moeten met die traditie respectvol omgaan. Er is heel veel knowhow, die we niet verloren mogen laten gaan. Voor algemene aannemers is het offsite model niet vanzelfsprekend. De essentie van het verdienmodel van een algemene aannemer is marges nemen op de arbeid en de materialen. Bij offsite bouwen wordt de arbeid op de werf tot een tiende gereduceerd. En voor de materialen verschuift de controle van de aannemer naar de leverancier. Hoe kun je de klassieke aannemerij integreren in het offsite model? Dat is nog niet helemaal duidelijk. Ik denk dat we zullen evolueren naar een model zoals in de automotive, met gecertificeerde ‘aannemers’ die de elementen en de componenten van grote fabrikanten zullen assembleren. Eén ding is zeker: de algemene aannemer zal zich moeten heruitvinden.”

Wordt het ook niet lastig om de particuliere bouwheer mee te krijgen?

DE TROOSTEMBERGH. “Dat denk ik niet. De jonge generaties zijn zeer zeker mee. Zij kijken reikhalzend uit naar een bouwproces zonder tal van pijnpunten. Jonge mensen zijn het gewoon iets dat ze vandaag bestellen, morgen in de bus te vinden. Wat stelt de bouwsector daar tegenover? We willen uw woning wel bouwen, maar we kunnen niet zeg-



‘Offsite gebouwde woningen overklassen klassieke woningen, onder meer op het gebied van akoestiek, thermische isolatie en luchtdichtheid’

gen wanneer ze klaar zal zijn en evenmin hoeveel ze precies zal kosten.

“Door de focus in het verleden op volume te leggen in plaats van op kwaliteit kampt onze activiteit wel met een perceptieprobleem. Daarom spreken we ook liever over offsite dan over prefab bouwen, de term die vroeger werd gebruikt. Maar door de digitalisering is dat kwaliteitsprobleem van de baan. Ook cruciaal is dat offsite bouwen niet ten koste mag gaan van de architecturale vrijheid, de creativiteit en de keuzevrijheid van de gebruikers.”

Is offsite bouwen ook een oplossing om wonen betaalbaar te houden?

DE TROOSTEMBERGH. “Ja, maar nu is dat nog niet het geval. Offsite bouwen maakt het al mogelijk de design- en engineeringkosten drastisch te drukken, door te standaardiseren in het proces. Dat is iets helemaal anders dan het standaardiseren van het eindproduct, de woning. Niemand wil in een

gestandaardiseerde woning wonen. Echt interessant wordt het pas als we via certificering de levensduur van de materialen en de componenten kunnen garanderen. In combinatie met systeembouw, waardoor je demonteerbaar bouwt, kun je dan ook de restwaarde van een gebouw bepalen. In een circulair businessmodel, dat rekening houdt met de totale kostprijs tijdens de levensduur, zal dat uiteindelijk kunnen leiden tot goedkoper wonen. Maar er is nog een lange weg te gaan.”

En wat doe je in zo'n model met de grondwaarde? Wonen in pakweg Vlaams-Brabant is duurder dan in andere provincies.

DE TROOSTEMBERGH. “Op het moment dat we volledig circulair bouwen, komen woningen – bijna letterlijk – los te staan van de grond. Wil je verhuizen, dan demonteer je de woning en je bouwt ze op een andere plek weer op. Het wordt dan misschien ook interessanter de grond te huren in plaats van die te kopen. Door de

grondprijs uit de aankoopprijs te halen, verlaag je de financiële drempel. Finaal zou dat kunnen leiden tot een model waarin je een woning leaset.”

Is de grootste uitdaging niet het verduurzamen van ons verouderde patrimonium?

DE TROOSTEMBERGH. “Dat klopt. Europa heeft de ambitie tegen 2050 CO2-neutraal zijn. Bij nieuwbouw wordt die doelstelling al grotendeels meegenomen, maar nieuwbouw vertegenwoordigt slechts een fractie van ons woningbestand. Je moet ook kijken naar de rest van het patrimonium: 90 procent zijn oude gebouwen, en daarvan is amper 1 procent grondig energetisch gerenoveerd. Om het streefdoel van energieneutraliteit te halen, moeten we tegen 2050 op Europees niveau 43 miljoen woningen energetisch renoveren. En dat met een bouwsector die nu al onder druk staat. Begin er maar aan!

“Er zijn twee oplossingen. De eerste is wat ik de oplaprenovaties noem. Vandaag isoleren we het dak, over een paar jaar, als er opnieuw wat budget is, pakken we de muren aan en nog een paar jaar later plaatsen we nieuwe ramen. In een drietal sprongen evolueer je dan van een energielabel F naar D naar C en uiteindelijk naar A. De andere optie is die van één drastische, diepgaande renovatie, zoals wij die nu al bijvoorbeeld realiseren in een sociale woonwijk in Rijsel. We scannen de woningen met drones, voeren de data in onze software in en ontwerpen daarmee een nieuwe schil voor het gebouw. Dat zijn gevels, daken, technieken. Die produceren we in onze fabriek. Op de locatie van de woningen hebben we één dag nodig om zeven woningen zo'n nieuwe schil te geven. De bewoners hoeven dus niet tijdelijk te verhuizen.” 

 **HÉLÈNE DE TROOSTEMBERG**
“De jonge generaties kijken reikhalzend uit naar een bouwproces zonder tal van pijnpunten.”





BRITT BUSEYNE

Reviseer ook het systeem, in plaats van enkel de verpakking

Dit jaar begeleidde ik een bachelorproef over verpakkingen voor een aanbieder van voedselpakketten. Dat het advies van de student om herbruikbare verpakkingen in te voeren op kritische vragen zou botsen, had ik verwacht. Maar dat het merk, overigens bekend als een pionier in duurzaamheid, een herbruikbaar systeem a priori had uitgesloten, getuigt van een dominante misconceptie over duurzame verpakkingen.

Duurzaamheid in verpakkingen wordt vaak zuiver materieel ingevuld. Zo verwachtte de opdrachtgever in eerste instantie een materialenmatrix, die de impact van zijn huidige dubbelzijdige kartonnen dozen met verschillende alternatieven vergeleek. Hoewel dat een goede start kan zijn, is de materiaalkeuze slechts een deel van het verhaal. Nieuwe materialen kunnen de milieu- of klimaatimpact van hun voorgangers misschien verlagen, maar ze verschuiven hoogstens de grondstoffenbehoefte. Door geen verandering te brengen in het eenmalige gebruik van verpakkingen, gaan die alternatieven voorbij aan thema's als materiaalefficiëntie en de eindigheid van onze grondstoffen.

Dat komt ook onze materiaalafhankelijkheid niet ten goede. In België wordt 80 procent van het verpakkingsmateriaal geïmporteerd. Verwerkt tot eindproducten belandt nog eens 80 procent van de verpakkingen na één enkel gebruik in de vuilnisbak. Dat is inefficiënt, maar stelt ons ook bloot aan schommelingen en mogelijke tekorten op de wereldmarkt. Het gebruik van lokaal herbruikbare verpakkingen kan die afhankelijkheid verminderen en een duurzamere en veerkrachtigere economie ondersteunen.

Verskillende bedrijven in België laten zien dat herbruikbare systemen niet alleen mogelijk zijn, maar ook bijdragen aan de lokale economie en sociale tewerkstelling. Zo bieden sommige wasstraten werk aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Herbruikbare verpakkingen creëren zo dus niet alleen milieuwinst, maar ook lokale werkgelegenheid en sociale inclusie. Dat kan geen enkel biogebaseerd materiaal bij mijn weten beloven.

Herbruikbare verpakkingen creëren ook de mogelijkheid tot een korte keten. Steeds meer consumenten willen weten waar hun producten

vandaan komen en hoe ze zijn gemaakt. Door te kiezen voor herbruikbare verpakkingen die lokaal worden geproduceerd, kunnen bedrijven aan die vraag tegemoetkomen, terwijl ze bijdragen aan een duurzamere en eerlijkere economie. Dat verhoogt niet alleen het vertrouwen van de consument, maar zorgt ook voor een sterkere loyaliteit aan het merk. Zeker als duurzaamheid, zoals in deze casus, een belangrijke parameter voor retentie blijkt te zijn. **Natuurlijk brengen herbruikbare verpakkingen** uitdagingen mee. Zo hangt de bereidheid van mensen om verpakkingen terug te brengen af van factoren als een betaalde waarborg en het gebruiksgemak. De voedingssector moet rekening houden met strenge hygiënevoorschriften. Om te vermijden dat het retourneren van verpakkingen meer uitstoot creëert, moet worden nagedacht over het optimaliseren van de gebruiksfrequentie en logistieke stromen. Maar die vraagstukken kunnen we niet beantwoorden als we herbruikbare verpakkingen niet uittesten in de praktijk.



Herbruikbare verpakkingen creëren niet alleen milieuwinst, maar ook lokale werkgelegenheid en sociale inclusie.

Verduurzaming vraagt om experimenteren, falen en bijsturen. Wachten tot systemen op punt staan alvorens ze te implementeren ondersteunt duurzame innovatie niet, maar werkt die juist tegen. Van merken die zichzelf positioneren als duurzame pioniers, verwacht ik meer dan dat. Dat zij geen ruimte willen bieden voor zulke experimenten is niet alleen een gemiste kans, maar in veel gevallen ook een kwestie van greenwashing. Want werkelijke verduurzaming vereist niet alleen een revisie van de verpakking, maar nog meer van het systeem. **1**

DE AUTEUR IS ONDERZOEKER, SCHRIJVER EN
PODCASTMAKER ROND DUURZAAM ONDERNEMEN



COLRUYT

BELGISCHE RETAILGROEP NEEMT HET VOORTOUW

De duurzame weg van Colruyt Group

Nog voor de duurzaamheidsdoelstellingen een ding waren, organiseerde Colruyt Group zich al rond klimaatvriendelijke en sociaal verantwoorde waarden. Die zijn sinds de oprichting van de Belgische retailer doorheen het businessmodel gewoven. Een beknopt overzicht van de hoogtepunten.

MYRTE DE DECKER

Colruyt Group is een unicum in het Belgische retail-landschap. De supermarktketen is als enige nog volledig in Belgische handen. Ruim 60 procent van de aandelen zit bij de familie Colruyt en haar investeringsvehikel Korys. “Zo kunnen we de dividendenstroom opnieuw investeren, enerzijds in Colruyt, anderzijds in duurzame initiatieven”, zei pater familias Jef Colruyt eind vorig jaar in Trends. “Als alle 120 familieleden dezelfde waarden hanteren en zich inzetten om een verschil te maken in de wereld,

zullen we iets positiefs kunnen bijdragen. Maar ook dat is werken, want het komt niet vanzelf.” Als keynotespreker op de uitreiking van de Trends Impact Awards laat hij zijn licht schijnen op zijn stokpaardjes: doorzetten en teruggeven aan de maatschappij, zoals Colruyt Group sinds haar oprichting altijd heeft gedaan. Een overzicht van de duurzame mijlpalen van de supermarktketen.

De jaren zestig

Colruyt opent de deuren van zijn eerste discountwinkels. De supermarktketen garandeert haar klanten de laagste prijs. Dat doet ze

COLRUYT GROUP

De retailer is een voortrekker rond ‘welzijn op het werk’.

door de operationele kosten zo laag mogelijk te houden, denk maar aan de spartaanse aankleding van de winkels. Zelfs dan al worden grondstoffen en energie zo efficiënt mogelijk ingezet. De focus ligt op vermijden en vermindern. De meest duurzame kilometer is de kilometer die niet wordt gereden. Nadien is het zaak het aantal kilometers te verminderen en efficiëntere routes uit te stippelen. Die visie wordt doorgetrokken in veel milieugerelateerde zaken, zoals energieverbruik en afval.

De jaren tachtig

In de jaren nadien komt er veel aandacht voor de mens achter de medewerker. Werknemers aanmoedigen om extra opleidingen te volgen is een constante in de geschiedenis van Colruyt, zowel vaktechnisch als persoonlijk. De retailer wordt een voortrekker rond ‘welzijn op het werk’, door mensen te verbinden op basis van waarden, missie en visie. Zij krijgen de kans om verder te groeien en zichzelf te ontwikkelen. Tot op vandaag staat die sociale en menselijke ontplooiing hoog op de agenda en vormt het een belangrijk element in de lange loopbanen van Colruyt Group-medewerkers.

1990

Colruyt Group publiceert zijn *Green Line*-charter, waarin voor het eerst expliciet wordt vermeld dat de supermarktketen focust op het verminderen van haar milieu-impact. In deze tijden na de oliecrisis leven de thema's energie, mobiliteit en ook afval sterk. Om daarop in te spelen, verschijnen in de winkels de groene prijsetiketten. Zo kunnen klanten heel duidelijk zien voor welke producten Colruyt een ecologische verbetering heeft gerealiseerd. ➔



Colruyt Group heeft veel aandacht voor de mens achter de medewerker. Ze moedigt werknemers aan om extra opleidingen te volgen.

2001

De familie Colruyt richt de Colibri Foundation op. Die stichting heeft als doel het verbreden van de focus van de eigen activiteiten naar de hele waardeketen. Zo wordt onder meer besloten om jongeren die naar school gaan in landen waar de groep grondstoffen haalt, zoals Indonesië, financieel te ondersteunen. Dat is de start van heel veel scholingsprojecten, zowel

in binnen- als buitenland. Eind september 2024 maakt Colruyt Group bekend dat ze de Colibri Foundation omvormt tot de Colruyt Group Foundation. Lisa Colruyt, de dochter van Jef Colruyt, komt aan het hoofd van de vernieuwde stichting. Zij zegt in haar eerste interview in Trends dat de verbreding van de stichting ertoe moet leiden medewerkers en klanten meer bij de projecten te betrekken.

2007 - 2010

Colruyt Group definieert een groepsmissie: 'Samen duurzaam meerwaarde creëren door waardegedreven vakmanschap in retail'. De negen

waarden die het daaraan koppelt, zijn: dienstbaarheid, eenvoud, respect, samen-horigheid, geloof, hoop, ruimte, moed en kracht.

2012

De supermarktketen brengt een stuurgroep samen voor het verduurzamen van haar eigen merkproducten, zowel op het vlak van samenleving, milieu, gezondheid en dieren-welzijn. Productcategorie per productcategorie wordt geanalyseerd en stapsgewijs verduurzaamd.

Dat gebeurt op verschillende manieren. Ten eerste zet Colruyt Group in op eigen partnerschappen voor producten waar strategische grond-

DUURZAAMHEID DOORHEEN HET BUSINESSMODEL VAN COLRUYT



COLRUYT

De jaren 60

Colruyt opent **eerste discountwinkels**. Grondstoffen en energie worden zo efficiënt mogelijk ingezet.

De jaren 80

Colruyt wordt een voortrekker in welzijn op het werk. Werknemers kunnen **opleidingen** volgen en zich verder ontwikkelen.



GETTY



E. ELLEBOOG

2001

Colruyt richt de **Colibri Foundation** op. In 2024 wordt de stichting omgevormd tot de **Colruyt Group Foundation**, met Lisa Colruyt aan het hoofd.

1990

Colruyt lanceert het **Green Line-charter** om zijn milieu-impact te verminderen.



COLRUYT

2012

Colruyt Group **verduurzaamt** haar eigen merkproducten systematisch.



2016

Colruyt Group erkent de **SDG-doelstellingen** als inspiratie voor een **eigen duurzaamheidskader**.



2017

Colruyt Group lanceert haar ideologische missie '**Stap voor Stap**'.



COLRUYT



COLRUYT

2023

Colruyt Group stelt **27 duurzaamheidsdoelstellingen** voor.



COLRUYT

2020

Colruyt Group introduceert de **Eco-score** en de **Nutri-score**.

2019

Virya Energy wordt gelanceerd. De energieholding specialiseert zich in hernieuwbare energie.

stoffen aan verbonden zijn, zoals cacao of rijst. Daarnaast werkt de groep met een certificatie die vooral geschikt is om heel complexe, internationale grondstoffen te verduurzamen op ecologisch en/of sociaal gebied (RSPO, MSC, Fairtrade...). Ten slotte start ze eigen innovatieprojecten, waar ze nieuwe standaarden invoert.

2016

De groep erkent officieel de SDG-duurzaamheidsdoelstellingen als inspiratie voor het definiëren van haar duurzaamheidskader. Colruyt introduceert zijn eigen werven, waaraan het een strategie en projecten koppelt. De SDG's worden ook de rapporteringstool voor Colruyts eerste duurzaamheidsrapport in 2017. De groep is nog altijd geëngageerd om de SDG's en de mensenrechtenagenda van de Verenigde Naties uit te dragen en te promoten via haar aanwezigheid sinds 2020 als lid van de laad van bestuur van Cifal Flanders, een expertisecentrum over de SDG's dat opleidingen, projectontwikkeling en coaching aanbiedt.

2017

Met Stap voor Stap brengt Colruyt Group een uitgebreide versie van haar ideologische missie. Het communicatieconcept richt zich op alle duurzaamheidsinitiatieven en projecten die de retailgroep in de kijker zet voor haar consumenten en medewerkers.

2019

In 2019 ziet Virya Energy het levenslicht, waarvan de familieholding Korys en Colruyt Group de belangrijkste aan-



deelhouders zijn. De energieholding specialiseert zich in hernieuwbare energie, zoals de projecten rond zonnepanelen en waterstof. In Virya Energy zijn onder meer de tankstation- en laadpalen dochter DATS24, het waterstofproject Virya H2 en energiedochterbedrijven als Euro watt en Eoly Energy ondergebracht.

Jef Colruyt is een groot voorstander van windmolenparken. "Toen we in 1999 een nieuw distributiecentrum zouden neerpoten, moest dan een duurzaam verhaal zijn", aldus Colruyt in Trends. "Ik heb toen na een familie-uitje het idee van een windmolen geopperd, om de energievoorziening van dat gebouw zo autonoom mogelijk te maken. Zo is het Belwind-project er nadien gekomen. Dat behoorde tot een Nederlandse groep die failliet is gegaan. We hebben dat overgenomen en nog 50 miljoen euro in de verdere ontwikkeling geïnvesteerd."

1 JEF COLRUYT

"Als alle 120 familieleden dezelfde waarden hanteren, kunnen we iets positiefs bijdragen."

Uiteindelijk ontstaat het dochterbedrijf Parkwind, waarin alle offshore windactiviteiten worden gebundeld. Die dochteronderneming wordt in 2023 verkocht aan de Japanse energiemaatschappij JERA. "De beslissing om uit Parkwind te stappen, bleek uiteindelijk de juiste te zijn. We boksten boven ons gewicht en dan moet je de handdoek durven te gooien", zegt Colruyt eind vorig jaar.

2020

Colruyt Group introduceert de Eco-score en Nutri-score, twee informatiemechanismes die de klant informeren over de milieu- en voedingswaarde van een product. Naast informeren worden klanten ook geactiveerd: bij elke aankoop kunnen ze punten sparen die dan weer ingezet kunnen worden om verschillende projecten bij hen in de buurt te steunen.



De negen waarden van de missie van Colruyt Group zijn: dienstbaarheid, eenvoud, respect, saamenhorigheid, geloof, hoop, ruimte, moed en kracht.

2023

De retailergroep stelt 27 duurzaamheidsdoelstellingen voor; gegroepeerd volgens wat het bedrijf doet voor zijn mensen (klanten, medewerkers en de samenleving), de producten en diensten die het aanbiedt en de infrastructuur die het ter beschikking stellen. Intussen werkt ook een dertigtal duurzaamheidsexperts aan de verdere uitwerking en realisatie van die doelstellingen, overall in de organisatie. 1



FRANSE ORGANISATIE BREIDT ZICH UIT NAAR BELGIË

CEC Belgium leert bedrijven regeneratief te denken

CEC neemt CEO's van multinationals tot start-ups mee in een tien maanden durend traject om het zakenmodel van hun bedrijf te verduurzamen. De methode van CEC heeft de afgelopen drie jaar in Frankrijk haar deugdelijkheid bewezen. Nu breidt de organisatie zich uit naar België. BENNY DEBRUYNE, FOTOGRAFIE DEBBY TERMONIA

Leventig bedrijven kunnen zich inschrijven voor de eerste Belgische editie van CEC Belgium, die begin volgend jaar plaatsvindt. Elk bedrijf neemt deel met twee personen, van wie één de CEO moet zijn. Die kiest wie er nog meekomt, bij voorkeur iemand die goed geplaatst is om de verduurzaming ingang te doen vinden in de organisatie. Dat kan de ESG-directeur zijn, maar evengoed een andere manager. Die sidekick van de CEO wordt de *planet champion* genoemd. De bedrijven worden opgedeeld in groepen van tien. De tarieven om deel te nemen variëren volgens de omvang van de deelnemers. Er zijn vier categorieën: start-ups, kleine kmo's, grote kmo's en grote bedrijven. Elke groep bestaat dus uit tien

duo's. Ze worden tien maanden lang intensief begeleid door CEC. De uitkomst is een concrete roadmap waarmee het deelnemende bedrijf zijn kernactiviteit duurzamer kan maken.

Dat de aanpak van het Convention des Entreprises pour le Climat (CEC) werkt, werd in Frankrijk al bewezen. Sinds de oprichting in 2020 doorliepen zo'n duizend bedrijven het traject, van grote ondernemingen als AkzoNobel, Heineken en Renault Trucks tot start-ups. Al die deelnemers engageerden zich ertoe over te schakelen van een lineaire naar een regeneratieve economie. Zo'n economie is erop gericht de natuurlijke hulpbronnen – metalen, mineralen, schone lucht, water, vruchtbare bodem, hout en biodiversiteit – te herstellen en te verbeteren. Dat gaat een stap verder dan geen schade veroorzaken.

Hart, hoofd en lichaam

De no-nonsenseaanpak met duidelijke doelen, de betrokkenheid van de CEO's en de professionele begeleiding van CEC inspireerde Geneviève Tissot om een Belgische afdeling op te richten. Er komt er ook een in Zwitserland en het Verenigd Koninkrijk.

Het eerste traject gaat in de lente van start. Het gaat om een nationaal project. Tissot mikt op een evenwichtig deelnemersveld van bedrijven uit Vlaanderen, Brussel en Wallonië. Naar eigen zeggen heeft ze al een tiental toezeggingen beet, maar namen kan ze nog niet noemen. Tissot heeft een uitgebreid netwerk in de bedrijfs-wereld. Eerder in haar loopbaan zette ze partnerallianties op voor de IT-reus SAP, nu is ze zelf ondernemer met OFF, een eventlocatie voor bedrijven in de Waals-Brabantse natuur.

CEC onderscheidt zich naar eigen zeggen met zijn aanpak door de combinatie van hart, hoofd en lichaam om de deelnemers anders naar hun bedrijf te laten kijken. “De eerste sessie is een emotionele klap”, zegt Geneviève Tissot. “Wat we willen bereiken, is dat de deelnemers het streven naar een regeneratieve economie onweerstaanbaar vinden. Het gaat niet om een beetje nadenken over pakweg mobiliteit, maar om het herdenken van het hele zakenmodel binnen de grenzen van de planeet. Alle deelnemers schrijven een nieuwe roadmap voor hun bedrijf,



‘Wat we willen bereiken, is dat de deelnemers het streven naar een regeneratieve economie onweerstaanbaar vinden’

GENEVIÈVE TISSOT, CEC BELGIUM



die tegen het einde van de zesde sessie af moet zijn.” Die roadmap – met hefbomen, indicatoren en actieplannen – komt tot stand in kleine groepen van een tiental bedrijven, die *basecamps* worden genoemd. De bedrijfsleiders en managers geven elkaar feedback bij het hertekenen van hun zakenmodel. Daarbij worden ze begeleid door experts en facilitatoren. “Als het op actie aankomt, zie je vaak dat iedereen op elkaar zit te wachten”, zegt Geneviève Tissot. “De overheid wacht op de ondernemingen, de burgers wachten op de overheid. Wat zou er gebeuren als de personen die de beslissingen nemen in de bedrijven echt tijd en energie investeren om de dreiging voor de planeet te begrij-

pen, vroegen de oprichters van CEC zich af. Dan gaan CEO’s zelf de gang van zaken in hun onderneming ter discussie stellen. Zo verlaten ze de business-as-usual-houding en nemen ze vanzelf verantwoordelijkheid op.” De routeplannen per bedrijf worden publiek gedeeld in rapporten op de website en elke groep volgt de uitvoering ervan. Het collectief is belangrijk, zegt Tissot: “Je hoeft het niet alleen te doen.”

Fit for 55

Dat ‘niet alleen doen’ kan een brede betekenis hebben. Een van de deelnemers aan het Franse CEC-traject was het staalbedrijf Ugitech. Het verbond zich ertoe zijn CO2-emissies voor scope 1, 2

en 3 – van eigen uitstoot tot die in het begin van de productieketen – met 40 procent te verminderen tegen 2030. Dat is 15 procent te weinig dan het Fit for 55-plan van de Europese Unie vraagt, want dat wil een vermindering van de CO2-uitstoot met 55 procent tegenover 1990. 40 procent blijkt de grens te zijn van wat de staalsector tegen 2030 realistisch kan bereiken. CEC weet hoe belangrijk staal is in de maatschappij en begeleidt Ugitech daarom om een andere oplossing te zoeken. Misschien zijn bij de andere deelnemers, zelfs als ze in een totaal andere sector actief zijn, bedrijven te vinden die hun emissie met 70 procent kunnen verminderen en zo de 15 ontbrekende procenten van Ugitech kunnen compenseren?

Een ander voorbeeld van hoe bedrijven kunnen leren aan systeemdenken te doen, is Renault Trucks. De ‘regeneratievraag’ die elk bedrijf tijdens het traject formuleert, luidde hier: hoe kunnen we een transportleverancier met een lage uitstoot worden, en ervoor zorgen dat er minder vrachtwagens rijden op de wegen en dat die minder kilometers afleggen? Het is een op het eerste gezicht vreemde vraag voor een transportbedrijf, want ze dreigt het op volume gebaseerde zakenmodel van de onderneming onderuit te halen. Door naar het hele transportsysteem te kijken, doemt er toch een antwoord op. Niet alleen rijdt een kwart van de vrachtwagens nu leeg rond, waardoor er veel winst te halen valt, zegt CEC, de zware vrachtwagens verslijten de wegen ook duizenden keren sneller dan auto’s. Minder vrachtverkeer bespaart dus miljoenen euro’s aan wegenwerken, plus de emissie die het gevolg van die wegenwerken zou zijn. **i**

GENEVIÈVE TISSOT

“De eerste sessie is een emotionele klap.”



JAN BEYNE PLAVEIT DE WEG VOOR DUURZAME ONDERNEMINGEN

‘Weg met de duurzaamheidsmanager’

Veel bedrijven hebben nog werk op de plank om hun duurzaamheidsdoelstellingen te formuleren en te presenteren. Nochtans is het binnenkort verplicht die informatie met alle stakeholders te delen. “Een duurzaamheidsbeleid ontwikkelen is een marathon, geen 100 meter sprint.”

MYRTE DE DECKER, FOTOGRAFIE EMY ELLEBOOG

Mijn professionele leven draait rond duurzaamheid en ik probeer een zo duurzaam mogelijk leven te leiden. Toch weet ook ik het niet meer, als ik in de supermarkt de meest duurzame reep chocolade wil kiezen. Er zijn zoveel labels. Dat moet transparanter en eerlijker”, zegt Jan Beyne. “Ik denk dat we die lijn kunnen door trekken naar organisaties. Door het amalgaam aan regelgeving en certificaten weten de meeste managers niet meer hoe ze het meest impactvolle beleid kunnen voeren.”

Als duurzaamheidsexperts het bos door de bomen niet meer zien, dan is het niet onlogisch dat ook bedrijfsleiders verloren lopen. Ze kunnen zich gelukkig wel wenden tot kenners, zoals professor Jan Beyne, die verbon-



‘Met de indirecte gevolgen van onze handelingen wordt in de waardeketen nog te weinig rekening gehouden’

den is aan Antwerp Management School. Hij werkte de afgelopen tien jaar rond duurzame ontwikkeling en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dat bracht hem onder meer tot in Rwanda, waar hij non-profitorganisaties bijstond. Beyne is ook de medeoprichter van Route 2030, een bureau voor strategisch duurzaamheidsadvies. *De weg naar duurzaam ondernemen*, het boek dat hij samen met zijn vrouw Sara Vermeulen schreef, werd in 2022 genomineerd als managementboek van het jaar.

We hebben de mond vol van bedrijven die impact moeten creëren. Wat houdt dat in?

JAN BEYNE. “Veel duurzaam-

heidsexperts gebruiken de definitie van het Impact Institute in Amsterdam. Die is kort en krachtig: impact is het verschil dat je maakt in de wereld door het effect op dingen die gewaardeerd worden in de maatschappij. “Concreet heeft impact dus drie karakteristieken. Allereerst moet er een effect zijn. Elke organisatie heeft intenties om duurzaam of ecologisch verantwoord te werken. Als het daar stopt, zou de wereld niet veranderen. De intenties moeten dus leiden tot een meetbaar resultaat. Daarnaast moeten de initiatieven gewaardeerd worden door de maatschappij en de stakeholders: klanten, investeerders, aandeelhouders... Ook zij moeten waarde hechten aan de impactvolle intenties en resultaten van het bedrijf. Tot slot moet een

verschil gemaakt worden. Om dat verschil te analyseren, moeten bedrijven de ‘wat als’-vraag stellen. Wat zou gebeuren als we product X niet zouden aanbieden? Wat kan gebeuren als we systeem Y veranderen? Of in het meest extreme geval: wat gebeurt er als ons bedrijf niet meer zou bestaan?”

Hoe kan een onderneming waarde creëren?

BEYNE. “Organisaties hebben directe en indirecte impact. De directe impact is wanneer iemand aan mij een duurzame dienst vraagt en ik een oplossing of de tools aanreik om het probleem op te lossen.

“Dezelfde oplossing kan ook een indirecte impact hebben. Doordat

ik mijn product of dienst heb aangeboden, zijn misschien mensenrechten geschaad, of heb ik grondstoffen ontgonnen die schadelijk zijn voor de omgeving. Die indirecte impact voelt of kent de tegenpartij niet. Als ik aangeef dat tegenover mijn mooie oplossing iets lelijks stond, en de tegenpartij er de volgende keer beter over nadenkt, beschrijf ik zowel de directe als de indirecte effecten. “Met de indirecte gevolgen van onze handelingen wordt in de waardeketen nog te weinig rekening gehouden. Dat is het moeilijke aan het duurzaamheidsdebat: het is zo complex, allesomvattend en systemisch. Alles hangt aan elkaar vast. Waardecreatie door een bedrijf kan of moet zich uitstrekken over de volledige waardeketen.”

De hele waardeketen is cruciaal in de nieuwe wetgevingen.

BEYNE. “Europa verplicht bedrijven te rapporteren over hun impact op mens en klimaat. Om dat op de juiste manier te kunnen doen, moeten organisaties een beter zicht krijgen op de keten van grondstof tot eindproduct. Dat zal gecontroleerd worden door de bevoegde instanties. Bedrijven moeten de ‘wat als’-vraag dus ook aan hun toeleveranciers stellen.”

Moeten bedrijven met een weinigzeggend antwoord op die vraag er dan maar gewoon mee stoppen?

BEYNE. “Zulke bedrijven kunnen nog steeds waarde bieden. Het gebrek aan een overtuigend antwoord kan betekenen dat het bedrijf zijn strategie en doelstellingen moet heroverwegen, om een duidelijkere impact te maken. Het kan een signaal zijn om te innoveren, zich te herpositioneren of zich meer te richten op het vervullen van een unieke behoefte in de markt of de maatschappij.”

Is er door het amalgaam aan richtlijnen en wetgeving duurzaamheidsmoeite ontstaan bij bedrijfsleiders?

BEYNE. “De overvloed aan regels en voorschriften, samen met de voortdurende veranderingen op het gebied van duurzaamheid, kunnen overweldigend zijn, vooral voor kleinere ondernemingen met beperkte middelen.

“Duurzaamheidsmoeite kan leiden tot een verminderde motivatie. Het is echter belangrijk te erkennen dat duurzaamheid niet alleen gaat om de naleving van wetten en voorschriften, maar ook om het streven naar continue verbetering en een positieve impact op de samenleving en het milieu. Daarom is het ook belangrijk hun

JAN BEYNE

“2030 is geen verre toekomst meer, maar we hebben wel nog een dikke vijf jaar.”



af en toe een wortel voor te houden, via subsidies of andere ondersteuningsmiddelen.”

We kunnen niet ontkennen dat bedrijven heel wat moeite doen om impact te hebben. Waar loopt het toch nog fout?

BEYNE. “De meeste bedrijven kiezen voor de zogenoemde break-even doelstellingen. Ze verminderen hun potentiële negatieve impact, bijvoorbeeld door zonnepanelen te installeren of het regenwater op te vangen. De belangrijkste volgende stap is hun positieve impact te vergroten. Daar schuilt de moeilijkheid voor veel organisaties.

Een taak voor de duurzaamheidsmanager?

BEYNE. “Heel wat bedrijven hebben een duurzaamheidscoördinator, maar er is een heel groot verschil tussen een verantwoordelijke aanstellen en een strategisch plan opstellen dat door de hele organisatie wordt gedragen. “Vandaar mijn ietwat gewaagde stelling: weg met de duurzaamheidsmanager. Er is nood aan een duurzaamheidsteam, getrokken vanuit het management. De CEO en de CFO zullen zelfs een cruciale rol hebben, omdat er vanuit de wetgeving ook naar financiële resultaten wordt gevraagd.”

Hebt u tips voor de bedrijven?

BEYNE. “Begin met een nulmeting. Wat doen we al? Breng die initiatieven en vervolgens je hele waardeketen in kaart. Formuleer nadien de intenties van het bedrijf en stel een team samen dat die kan omzetten in concrete acties. “Heel wat organisaties denken dat ze meteen grote ingrepen moeten doen. Vergeet niet dat een duurzaamheidsbeleid ontwikkelen een marathon is, geen 100 meter sprint. 2030 is geen verre toekomst meer, maar we hebben wel nog een dikke vijf jaar.” **T**



HET BELGISCHE ECOSYSTEEM VOOR IMPACTFONDSEN GROEIT

Vier keer investeren in positieve impact

De afgelopen jaren is in België een beginnend ecosysteem van impactfondsen gegroeid, met investeerders die enkel investeren in bedrijven die niet alleen rendabel willen zijn, maar ook een positieve impact willen hebben op de mens en het milieu. Tijd voor een – niet exhaustief – overzicht. **BENNY DEBRUYNE EN MYRTE DE DECKER**

IMPACT SHAKERS

Een accelerator, events, een microfonds, ondernemersprijs. Toen de Gentse Yonca Braeckman en de Hongaarse Diána Pati goed drie jaar geleden Impact Shakers oprichtten, was het van meet af aan hun bedoeling een Europees ecosysteem voor impactondernemers uit te bouwen. Het sluitstuk van dat ecosysteem werd het fonds Impact Shakers Ventures I, waarvan Yonca Braeckman de general manager is en de Duitse Alina Klarner het hoofd investeringen.

Het doel van het fonds is met inclusief ondernemerschap maatschappelijke en ecologische problemen aan te pakken. Het fonds startte voor de zomer met een startkapitaal van 20 miljoen euro, maar dit najaar komt er nog een tweede sluiting.

De belangrijkste investeerder in het nieuwe fonds is Victrix. Dat is het familyoffice van Virginie

Saverys, een lid van de bekende redersfamilie. Victrix wordt geleid door haar zoon Basile Aloy. Victrix had zich eerder al opgeworpen als een investeerder in duurzame projecten. Ook Myleen Verstraete brengt kapitaal in Impact Shakers Ventures I. De telg van een ondernemersfamilie gespecialiseerd in industriële tapijten is de medeoprichter van de impact-investeerder Stichting PYM. Impact Shakers Ventures I mikt de komende jaren op investeringen in 24 bedrijven, a rato van zes tot acht per jaar. De bedrijven worden telkens toegelaten tot een accele-



KOIS Invest staat voor *caring finance* en wil er mee voor zorgen dat de financiële sector verandert.



ratieprogramma van een halfjaar. Ze krijgen een investering van 150.000 euro, met mogelijk een vervolginvestering tot 1,5 miljoen euro. De eerste investering was in de Berlijnse scale-up Faircado van de Belgische CEO Evoléna de Wilde d'Estmael en haar Iraans-Duitse medeoprichter Ali Nezamolmaleki. Bitagreen werd de eerste Belgische investering van het fonds. Ondertussen staat de teller op zes, met onder meer ook start-ups in het Verenigd Koninkrijk en Noorwegen.

WWW.IMPACTSHAKERS.COM/VENTURES



IMPACT EXPANSION

Het grote fonds Impact Expansion klokte in april van dit jaar af op een totaalbedrag van 150 miljoen euro. Impact Expansion is een fonds van KOIS Invest, het Brusselse impactinvesteringsbedrijf opgericht door managing partners François de Borchgrave en Charles-Antoine Janssen. Volgens de twee oprichters heeft privékapitaal een essentiële rol te vervullen in de mee door impactondernemingen aangedreven economische transitie. KOIS Invest

staat voor *caring finance* (zorgzame financiën) en wil er mee voor zorgen dat de financiële sector verandert door financieel rendement te koppelen aan een sociale en milieu-impact. Dat er in het Belgische bedrijfsleven brede interesse is voor impactinvesteren, blijkt uit wie allemaal intekende voor het nieuwe fonds. Michel Moortgat (CEO van Duvel Moortgat) en Bernard Moortgat, Sabina Leysen, de familie Peterbroeck, de familie

INVESTEREN IN IMPACT

Het Belgische bedrijfsleven heeft een brede interesse voor impactinvesteren.

WILT U ZELF IMPACT-INVESTEERDER WORDEN?

Ook wie minder vermogend is dan heel wat in dit artikel vermelde investeerders, kan impact creëren met zijn geld. Dat kan via coöperatieve investeringsfondsen of via crowdfundingplatformen die gespecialiseerd zijn in impactinvesteren. De bekendste zijn Trividend, Crédal, Growfunding, Impulse en LITA.co. Dat laatste investeringsplatform is een voormalige winnaar van de Trends Impact Awards: het won bij de eerste editie van deze duurzaamheidsprijzen drie jaar geleden. Funds For Good valt dit jaar in de prijzen. Wanneer u investeert in de aandelenfondsen van dat bedrijf, steunt u indirect impactondernemers, omdat Funds For Good zijn winst gebruikt om te investeren in projecten met een duurzame inslag.

Philippon, de familie van Piet Van Waeyenberge, SPDG van de familie Périer-D'Ieteren, United NRJ van de familie Sigiez-Lootens, Michèle Sioen, Sam Desimpel, Christian Dumolin, Steven Serneels, de aandeelhoudersfamilies van AB InBev, Ackermans & van Haaren, UCB, Bekaert, VP Capital, en de golfkampioen Thomas Pieters. Bedrijven die meedoen, zijn BNP Paribas Fortis Private Equity, Ethias, Securex, vdk bank, Hydralis en de Franse institutionele manager Swen Capital Partners. Bij de publieke investeerders vinden we het Europees Investeringsfonds (EIF), PMV, SFPI, Wallonie Entreprendre, finance.invest Brussel en Noshag. Impact Expansion kan instappen in wat grotere bedrijven met tickets van 5 tot 30 miljoen euro per bedrijf. De eerste Belgische investering werd het Zedelgemse BeliVert, gespecialiseerd in fotovoltaïsche energie, batterijen, opladers voor elektrische voertuigen en energieoplossingen voor gebouwen.

IMPACT-EXPANSION.COM





ASTANOR VENTURES

‘Where tech meets nature’ is de leuze van het door Eric Archambeau en George Coelho opgerichte Astanor Ventures. Archambeau heeft een indrukwekkend track-record als impactinvesteerder. Ook de Fransman Emmanuel Faber, de voormalige CEO van Danone, is partner. De missie van Astanor maakt duidelijk dat het fonds wil inzetten op technologie die ons voedings- en landbouwsysteem duurzaam maakt. Astanor haalde in het begin van dit decennium 275 miljoen euro durfkapitaal op en investeerde al in tientallen techbedrijven, ongeveer gelijk verdeeld over de Verenigde Staten en Europa. Twee Belgische scale-ups konden Astanor overtuigen, het Gentse

AI-bedrijf Robovision en ApheaBio. Dat laatste bedrijf, dat microbiële en milieuvriendelijke alternatieven ontwikkelt voor chemische pesticiden en synthetische meststoffen, was vorig jaar nog finalist van de Trends Impact Awards in de categorie Ecologie. De 275 miljoen euro aan opgehaald kapitaal kwam van een keur aan investeerders. Bij de Belgische investeerders vinden we de holding Diepensteyn van de familie Toye, de investeringsmaatschappij Korys van de familie Colruyt, Colruyt Group, Oaks Estate van de familie Adriaenssen-de Spoelberch, Belfius Verzekeringen en het federale investeringsfonds FPIM.

WWW.ASTANOR.COM



➔ **ALINA KLARNERT**
EN YONCA
BRAECKMAN
 Impact Shakers
 Ventures I mikt de komende jaren op investeringen in 24 bedrijven.

SI³ FUND

Het Belgisch-Nederlandse Shaping Impact Group sloot een paar weken geleden zijn derde investeringsfonds SI³ Fund af op 20 miljoen euro. Dat brengt de teller van het beheerde kapitaal van de maatschappelijke innovatiegroep

op 47 miljoen euro. Bij de belangrijkste investeerders van het fonds zitten heel wat bekende namen. Onder meer Piet Colruyt van de gelijknamige supermarktketen via zijn investeringsholding Impact Capital, Karel Cardoen van de

gelijknamige autoverdelers, Bernard Meeûs van het energiebedrijf Alco Group en het familyoffice VP Capital van de familie Van Puijbroek stapten in. Ook de Vlaamse participatiemaatschappij PMV neemt deel aan de kapitaalronde. “We zullen met het geld zo’n vijftien impactvolle bedrijven van groeikapitaal kunnen voorzien”, zegt Selim Vanbecelaere, verantwoordelijk voor de investeringen in Belgische start-ups. “Ze starten met 500.000 euro. De rest houden we bij voor vervolginvesteringen



‘We zullen met het geld zo’n vijftien impactvolle bedrijven van groeikapitaal kunnen voorzien’

SELIM VANBECELAERE, SHAPING IMPACT GROUP

naarmate het bedrijf groter wordt.” Shaping Impact hanteert voor de investeringen het zogenoemde *lockstep*-model. Volgens dat systeem is de impact inherent aan het businessmodel en wordt het aandeel van de investering of de winst groter naarmate men langer of meer bijdraagt aan het doel van de organisatie. In dat geval wordt voor de berekening het sociale rendement op de investering (*social return on investment* of SROI) van het bedrijf in rekening gebracht. In het portfolio zitten onder meer Reveal Talent, dat personen na uitval via duurzame re-integratie opnieuw naar de werkvloer brengt, DuckDuckGoose voor het detecteren van valse content zoals deepfakes, en Efiko Academy, dat via onderwijstechnologie de kennis-kloof rond duurzaamheid helpt te overbruggen. **1**

VINDT U DAT UW FONDS IN DEZE LIJST VAN MINSTENS GEDEELTELIJK BELGISCHE IMPACTINVESTERINGSFONDSEN THUISHOORT, LAAT IETS WETEN AAN BENNY.DEBRUYNE@TRENDSKANAALZ.BE.

Hoe gingen we te werk?

De Trends Impact Awards zijn prijzen voor kmo's en grote bedrijven die met hun projecten een duurzame impact creëren op hun omgeving. Deze awards, die aan hun derde editie toe zijn, zijn een samenwerking van Trends, het audit-, tax- en consultancybedrijf PwC en de Antwerp Management School. BENNY DEBRUYNE

W

e evolueren van een lineaire economie, waarin enkel aandeelhouderswaarde of winst het doel was en externe kosten werden afgewenteld op de belastingbetaler en de planeet, naar een circulaire economie, die zich bewuster is van haar omgeving. Winst maken blijft het doel, maar is niet langer het enige streven. Ondernemers hebben ook oog voor hun impact op de mens en de maatschappij. Het hokjesdenken maakt heel stilletjes plaats voor meer systeemdenken. Verschillende initiatieven dwingen ondernemingen in de richting van dat systeemdenken. Denk aan de duurzaamheidsdoelstellingen van de Verenigde Naties, de SDG's. Ook de ESG-criteria zijn de jongste jaren gemeengoed geworden. Dat zijn milieu-, sociale en bestuurscriteria om de duurzaamheid van een organisatie te meten. Met de Trends Impact Awards willen Trends, PwC en de Antwerp Management School (AMS) bedrijven helpen die hun organisatie met straffe projecten keren naar een duurzaam zakenmodel,

en impactondernemers belonen die met hun bedrijf streven naar maatschappelijke verandering. Wayne Visser, professor duurzame transitie aan de Antwerp Management School, ontwikkelde de methodologie waarop de Trends Impact Awards zijn gebaseerd. In zijn boek *Thriving: The Break through Movement to Regenerate Nature, Society, and the Economy* schetst Visser zes ineens stortingen in onze wereld. Daar koppelt hij doorbraken en marktkansen aan. Visser is optimistisch. Hij ziet golven van innovatie op ons afkomen. De Trends Impact Awards bestaan dit jaar uit acht categorieën. Dat zijn Technologie, Klimaat & Energie, Mobiliteit, Diversiteit & Inclusie, Veerkracht, Ecologie, Circulaire Economie en Welzijn. Om het belang van het systeem in de verfte te zetten, is er ook een negende prijscategorie in het leven geroepen, de Trends Global Impact Award.

De winnaars van die laatste award worden op de volgende pagina's aangeduid met een roze bol.



Per categorie werd een jury samengesteld, die bestond uit experts van het audit-, tax- en consultancybedrijf PwC, professoren en onderzoekers van de Antwerp Management School, journalisten van Trends en ons Franstalige zusterblad Trends-Tendances, en externe experts – onder meer van organisaties die vorig jaar hebben gewonnen. De jury's maakten een eerste selectie van dossiers die goed genoeg werden bevonden. Die bedrijven konden zich tegen betaling inschrijven voor de volgende fase. Geselecteerde bedrijven ontvingen het Trends Impact Nominee-label. In september werden de bedrijven per categorie uitgenodigd om hun dossier voor te stellen aan de jury van hun categorie. Als voorbereiding verstrekten de bedrijven bijkomende informatie, zodat de jury hun maturiteit kon evalueren. In categorieën waar dat mogelijk was, werd een opdeling gemaakt tussen grote bedrijven en kmo's. In de categorieën Klimaat & Energie, Diversiteit & Inclusie, Ecologie en Circulaire Economie worden telkens twee prijzen uitgereikt – een voor kmo's en een voor grote bedrijven. In de categorieën Technologie, Mobiliteit, Veerkracht en Welzijn is er slechts één prijs, voor grote en kleine bedrijven samen. Samen met de Trends Global Impact Awards voor het grote bedrijf en de kmo die het beste scoren over de verschillende categorieën heen, maakt dat veertien prijzen. De winnaars worden bekendgemaakt op het event op 23 oktober 2024 in Brussels Expo en in deze bijlage van Trends, die samen met het magazine verschijnt op 24 oktober. 

“

Duurzaamheid is niet enkel een verhaal van de grote ondernemingen maar van heel de samenleving.

— Jochen Vincke

De Trends Impact Awards blazen dit jaar drie kaarsjes uit. Jurylid Jochen Vincke, Partner, sustainability Lead bij PwC, maakt een balans op van de voorbije drie edities. Daarbij pleit hij voor meer trots op de Belgische bedrijven en voor ‘rational sustainability’, een meer pragmatische aanpak voor duurzaamheid.

PwC zet elk jaar fors in op de Trends Impact Awards, waarom is dit zo belangrijk voor jullie?

Met de Trends Impact Awards willen we enerzijds de bedrijven in de kijker zetten die al jaren hard werken aan hun duurzaamheidsverhaal. Anderzijds willen we hen ook aanhalen als voorbeeld om de andere bedrijven te inspireren. Bedrijven realiseren zich wel dat ze niet alleen hun financieel, maar ook hun menselijk en natuurlijk kapitaal, duurzaam moeten inzetten. Maar ‘duurzaam’ is een containerbegrip en omdat er zoveel onder kan vallen, schrikt het ook heel wat bedrijven af. We willen net de boodschap meegeven: iedere stap die je zet, telt.

Dit geldt ook voor de kleinere bedrijven vermoed ik.

Absoluut! Als je ziet wat de inzendingen dit jaar allemaal realiseren, ook in de categorie van kleine ondernemingen, dan is dat behoorlijk indrukwekkend. Duurzaamheid is niet enkel een verhaal van de grote ondernemingen maar van heel de samenleving. Volgens de nieuwste Net Zero Index van PwC steeg de hernieuwbare energiecapaciteit in

2023 met 14%. Een record dus goed nieuws, denk je. Maar de grotere energievraag zorgt ook voor een stijging van fossiele brandstoffen met 1,5%. Wat maakt dat we jaarlijks 20,4% minder CO2 moeten uitstoten om de klimaatopwarming tot 1,5°C te beperken. En geen enkel G20 land heeft de uitstoot sinds 2000 meer dan 11% kunnen terugschroeven... We gaan iedereen nodig hebben, groot én klein.

Welke tendensen zag je bij de beoordeling van de cases dit jaar?

Terwijl we in de eerste jaren veel concepten de revue zagen passeren, zijn het nu bewezen en diverse business cases. We zien bovendien steeds meer bedrijven uit eigen land die echt kunnen inspireren. Ik raad iedereen aan de finalisten eens onder de loep te nemen, het geeft echt hoop voor de toekomst.

We hebben in België wel wat voorbeelden om trots op te zijn dan?

Zeker! Want dat viel ook op dit jaar; er waren meer inzendingen uit Franstalig België dan in de voorgaande jaren. Daarnaast hebben we met BioBest dit jaar ook een winnaar die een

wereldspeler is. Dergelijke bedrijven kunnen en moeten we meer gebruiken als uithangbord.

Hoe kan de kloof met de burger gedicht worden?

CSRD zal veel bedrijven dwingen zeer transparant te zijn. Maar die verplichting is ook een kans, want het verplicht bedrijven om hun verhaal naar buiten te brengen. Door aan te tonen hoe je als bedrijf het verschil maakt, kan je ook meer bewustzijn en steun voor de bedrijven opwekken bij het grote publiek.

Meer transparantie betekent immers dat burgers, maar ook journalisten, de bedrijven veel beter onderling kunnen vergelijken. Bedrijven moeten zich voorbereiden om te vertellen waarom ze bepaalde zaken doen, waarom ze op bepaalde aspecten beter of minder goed scoren dan concurrenten en welke geloofwaardige actieplannen ze hebben.

Een goede zaak dus, met dank aan de overheid die deze verplichting oplegt?

Transparantie is een goede zaak, maar we moeten ervoor waken dat rapporteringsverplichtingen niet belemmerend werken voor de





duurzaamheidsstrategie van een bedrijf, of die zelfs vervangen. Er zijn zoveel facetten aan ESG, kijk maar naar de categorieën van de Trends Impact Awards, dat heel wat bedrijven niet goed weten waar ze nu op moeten inzetten.

Ik ben een grote aanhanger van meer pragmatisme binnen de duurzaamheidswereld. Rational sustainability ijvert ervoor om gericht op een beperkter aantal doelstellingen



Jochen Vincke
Partner, Sustainability
Lead, PwC België

te werken, maar die wel heel hard achterna te jagen. Vandaar een oproep aan alle bedrijven: begin er gewoon aan, daar waar je als bedrijf de meeste impact hebt. Laat je niet afschrikken en onderneem acties in lijn met jouw bedrijfsstrategie. Duurzame bedrijfsvoering is per definitie denken aan het bestaan van je bedrijf op lange termijn.

Er is inderdaad groeiende kritiek op duurzaamheidsstrategieën en -verplichtingen, waardoor ze in sommige bedrijven verzwegen of zelfs teruggeschroefd worden. Hoe kijk je naar die evolutie?

Bedrijven zitten met twee spanningsvelden. We komen uit een periode waarin je zou kunnen spreken van 'greenwashing'. Elke overheid en elk bedrijf voelde zich genooddaakt om met heel grote ambities naar buiten te komen. Ambities uitspreken is goed, maar al te vaak resulteerde dit in onhaalbare doelen zonder een geloofwaardige weg ernaar toe. Anderzijds heb je inderdaad ook 'greenhushing', waarbij bedrijven hun acties bewust gaan verzwijgen uit schrik voor kritiek vanuit een achterban die de urgentie van een

duurzame omslag nog steeds niet aanvaardt. Op het Europese continent is die kritiek momenteel nog niet zo luid, maar de taaklast door de vele verplichtingen zorgt wel voor enige moeheid bij ondernemers en zal naar alle waarschijnlijkheid nog aanzwellen.

Slotvraag: vorig jaar wilde u uw boek 'Operating with Positive Impact' niet zien als een afgewerkt product maar up to date houden. Is dat gelukt?

Er komt inderdaad een aangepaste versie uit in 2025. De wereld staat niet stil en al helemaal niet op het vlak van duurzaamheid. De bedoeling blijft dat bedrijven met "Operating with Positive Impact" direct aan de slag kunnen. Daarom willen we absoluut een zeer actueel naslagwerk ter beschikking stellen voor iedereen die mee wil helpen bouwen aan een meer duurzame wereld.




WINNAAR: GREENOMY

Digitale duurzaamheidsgids

Greenomy wil digitale technologie en artificiële intelligentie gebruiken om bedrijven te helpen duurzamer te worden. Het platform helpt hen te voldoen aan de Europese eisen en hun gegevensverzameling te automatiseren. CHRISTOPHE CHARLOT

Het is een van de Belgische start-ups in groene technologie die de jongste tijd naam heeft gemaakt. Zowel met zijn groei en de prijzen die het in de wacht sleepte, als met zijn activiteit die perfect met zijn tijd meegaat. Greenomy, opgericht in 2020, biedt een SaaS-platform (*software as a service*) aan dat is ontworpen om bedrijven te helpen soepel te laten

navigeren door de gegevensvereisten en de Europese taxonomie in lijn met de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). De Europese regelgeving is ingewikkeld en bedrijven moeten duizenden pagina's analyseren om eraan te voldoen. Greenomy maakt het ook mogelijk, dankzij geavanceerde functies zoals artificiële intelligentie, om de

duurzaamheidsprestaties van ondernemingen diepgaand te analyseren. Het wint de Trends Impact Award voor Technologie.

CSRD-conform

In 2023 lanceerde de in Brussel gevestigde start-up een CSRD-conforme rapporteringsoplossing. “Gebruikers kunnen direct profiteren van de huidige functionaliteiten van het platform, die voldoen aan hun rapportagebehoeften en hen helpen te voldoen aan de jongste ontwikkelingen in de regelgeving”, zeggen de managers van het bedrijf. “Dat is een belangrijke stap om bedrijven te helpen doelen te stellen en echt duurzamer te worden.”

De impact van Greenomy voor bedrijven is gelaagd. “We vereenvoudigen het nalevingsproces aanzienlijk”, stelt de start-up. “Bovendien zorgen we ervoor dat bedrijven voldoen aan de wetgeving. Ons team houdt voortdurend de veranderingen in de regelgeving in de gaten en fungeert als een betrouwbare gids tijdens het hele proces.”

Greenomy belooft dus tijd vrij te maken voor duurzamere initiatieven, onder andere door de bedrijven te helpen autonoom gegevens te verzamelen, waardoor ze minder afhankelijk worden van handmatige methoden, zoals het gebruik van spreadsheets.

‘We helpen bedrijven doelen te stellen en echt duurzamer te worden’

Sinds de lancering heeft Greenomy al een aantal bedrijven in de Benelux weten te overtuigen hun milieu-impact beter te begrijpen en te beheren. De website van Greenomy vermeldt belangrijke referenties, waaronder Barco, TVH, Trafic, Ethias en hub.brussels. Het bedrijf heeft ook een grote naam in zijn kapitaal: Euroclear, dat in 2022 aandeelhouder werd. Hoewel de primaire markt van Greenomy de Benelux is, wil de start-up een Europese speler worden, en zelfs een wereldwijde, aangezien het bedrijf nu ook de Verenigde Staten in het vizier heeft. ❶

GREENOMY

Heeft enkele belangrijke klanten, zoals Barco, TVH en Ethias.





TECHNOLOGIE

Volgens het World Economic Forum wordt de vierde industriële revolutie gekenmerkt door een fusie van technologieën die de grenzen tussen het fysieke, het digitale en het biologische domein doet vervagen. Wij zoeken projecten die met krachtige technologieën maatschappelijke en ecologische problemen aanpakken.

Genomineerden: Greenomy, Schneider Electric en Vlaams Datanutsbedrijf Athumi

FINALIST: SCHNEIDER ELECTRIC

Beschermers van energie-efficiëntie

In een tijd waarin mensen hun energieverbruik in de gaten houden en ervoor zorgen dat hun productie duurzaam is, nemen veel productiebedrijven initiatieven om hun infrastructuur efficiënter te maken. Het EcoStruxure-platform van Schneider Electric kan daarbij helpen. Het verbindt alle elementen van een bedrijf, van het operationele tot het besluitvormingsniveau. Daardoor kan het gegevens verzamelen en analyseren en zorgen voor een intelligente verbinding met installaties. Het eindresultaat is een maximale energie-efficiëntie. Schneider Electric noemt het voorbeeld van Barry Callebaut, dat zijn wereldwijde distributiecentrum (60.000 vierkante meter) in Lokeren heeft uitgerust met EcoStruxure. Zo kan de chocoladeproducent ervoor zorgen dat het gebouw

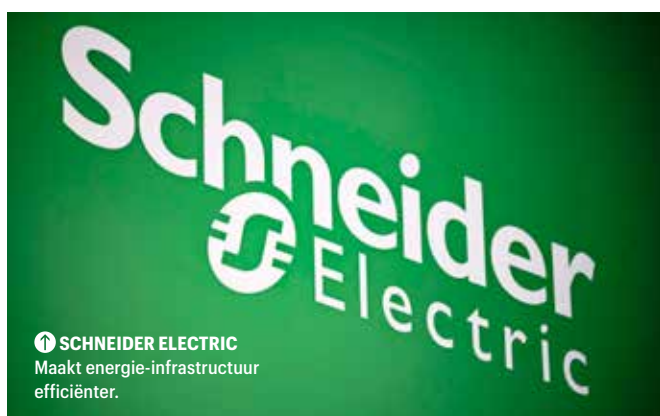
energie-efficiënt werkt. Het effect is al merkbaar: “Hoewel dit een nieuw gebouw is met maximale aandacht voor duurzaamheid, is er nog een extra energiebesparing van 10 procent gerealiseerd”, klinkt het. “Dat kon door de temperaturen in verschillende delen van het magazijn te configureren en extra ventilatiestanden te gebruiken. Daarnaast is het gebruik van zonnepanelen geoptimaliseerd en verhoogd van 18 naar 25 procent van het energieverbruik. Tijdens pieken in de productie van zonne-energie gebruiken we het magazijn als een batterij en verwarmen of koelen we het wanneer er energie beschikbaar is tegen lage kosten. Hetzelfde principe geldt voor de vorkheftruckbatterijen. In beide gevallen wordt het gebruik van groene energie gemaximaliseerd.” **© C.C.**

FINALIST: ATHUMI

Veilige toegang tot gegevens

70 procent van de Belgen heeft geen volledig vertrouwen in de commerciële bedrijven die hun persoonlijke gegevens verwerken. Dat is vervelend op een moment dat bedrijven steeds meer willen vertrouwen op data om hun processen te verbeteren, hun marketing te doen en te communiceren met hun klanten. Dat is de achtergrond van Athumi, een project van het Vlaams Datanutsbedrijf, een bedrijf opgericht door de Vlaamse overheid. Het project, dat werd gelanceerd in mei 2023, wil een veilige oplossing bieden die voldoet aan de Europese regelgeving, zoals de GDPR, die bedrijven toegang geeft tot gegevens met respect voor de vertrouwelijkheid van de gebruikers. Het vergemakkelijkt de samenwerking rond die gegevens. Athumi is gebaseerd op ‘Solid Personal Online Data Stores’, persoonlijke onlineruimtes waar individuen hun informa-

tie in alle vertrouwen kunnen beheren en delen. Het project wordt gesteund door een startkapitaal van 19 miljoen euro. Het versterkt het vertrouwen tussen belanghebbenden en opent de deur naar de ontwikkeling van innovaties op basis van betrouwbare informatie die respectvol en legaal verkregen is. Athumi creëert geïntegreerde en veilige digitale ecosystemen voor sectoren zoals vastgoed, media, gezondheid en energie. Verschillende platformen zijn beschikbaar, zoals Mijn Burgerprofiel voor burgers en Magda voor de veilige uitwisseling van gegevens. Volgens de managers van Athumi maken al meer dan 5.000 bedrijven gebruik van een van de oplossingen en zullen er tegen 2023 meer dan een miljoen transacties hebben plaatsgevonden. Athumi is ook interessant voor bedrijven in Nederland en is van plan partnerschappen aan te gaan in de Franstalige wereld. **© C.C.**




WINNAAR GROTE BEDRIJVEN: COFINIMMO

Verankerde strategie voor minder uitstoot

Met het 30³-project wil Cofinimmo de energie-intensiteit van zijn vastgoedportefeuille drastisch verminderen. Het gebruikt daarvoor een wetenschappelijke methodologie. De eerste resultaten zijn er al. **BENNY DEBRUYNE**

Het beursgenoteerde vastgoedbedrijf Cofinimmo wint de Trends Impact Award voor Klimaat & Energie bij de grote bedrijven met zijn 30³-project. Het wil daarmee de energie-intensiteit van zijn gebouwenportfolio met 30 procent verminderen tegen 2030, vertrekkend van het ijkjaar 2017. Het project is een schoolvoorbeeld van een strak uitgevoerd transitieplan dat verder gaat dan wat de sector vraagt. Het is ook oerdegelijk dankzij zijn wetenschappelijke SBT-methodologie – op de wetenschap steunende, concrete bedrijfsdoelen om

de uitstoot van broeikasgassen te verminderen. Het project van Cofinimmo bestrijkt zijn gebouwen in de sector van de gezondheidszorg, zoals rusthuizen, en kantoren. Het gaat om gebouwen in België, Frankrijk, Nederland, Duitsland, Spanje, Finland, Ierland, Italië en het Verenigd Koninkrijk. Er wordt gewerkt met een 360 graden-aanpak, die rekening houdt met de volledige levenscyclus van de gebouwen. Het bedrijf denkt aan de doelen van het 30³-project bij overnames, zet in op renovatie, gebruikt slimme meters om data te verzamelen en gaat in dialoog met zijn klanten om de energie-intensiteit lager te krijgen.

Brede portfolio

De eerste resultaten zijn er al. De energie-intensiteit van de gebouwen daalde van 190 kilowattuur per vierkante meter per jaar in 2017 naar 142 kilo-



COFINIMMO

Zet in op renovatie, gebruikt slimme meters en gaat in dialoog met zijn klanten.

wattuur in 2023. Dat is een vermindering van een kwart, goed op weg om het doel van 30 procent te halen in 2030.

Door de grootte van het bedrijf, met een portfolio dat zich uitstrekt over meerdere landen, heeft het bedrijf een stevige impact. Cofinimmo wijst erop dat volgens cijfers van het Europese Milieuagentschap uit 2021 de vastgoedsector goed is voor maar liefst 35 procent van de aan energie gerelateerde Europese broeikasgasemissies. Het 30³-project is stevig verankerd in de ESG-strategie van het vastgoedbedrijf om klimaatneutraal te worden.

De jury was ook gecharmeerd door de koppeling van de financiële strategie en de ESG-doelen van het bedrijf, en de manier waarop Cofinimmo klanten overtuigt om data te delen met slimme meters. Besparen op energie helpt immers niet alleen om de emissiedoelen te halen, maar klanten sparen ook geld uit. Klanten uit de gezondheidszorg kunnen die middelen besteden aan zorg, en daar wordt de hele maatschappij beter van. **t**

Het 30³-project is een schoolvoorbeeld van een strak uitgevoerd transitieplan dat verder gaat dan wat de sector vraagt.

KLIMAAT & ENERGIE

De energietransitie heeft gevolgen voor alle sectoren en vereist oplossingen, zoals de snelle opschaling van hernieuwbare energie en technologie voor energieopslag, groene ammoniak en waterstof, slimme netwerken, energie-efficiëntie en plantaardige diëten. Wij zoeken projecten die de uitstoot van koolstof verminderen in overeenstemming met wetenschappelijk onderbouwde doelstellingen.

Genomineerden: Beauvent, Cofinimmo, Companion.energy, Enerdo, Gorilla, Kebony, Luminus Solutions, My Impact Tool, Pandox, Schröder, UCB Pharma en Veolia Group

FINALIST GROTE BEDRIJVEN: UCB PHARMA

Samen naar meer zon

Het biofarmaceutische bedrijf UCB Pharma heeft in 2023 de zonneboerderij Sodever Solar Farm in gebruik genomen. Met 18.500 zonnepanelen op 11 hectare is het nu een van de grootste installaties in België. Het Waals-Brabantse project valt vooral op door de creatieve publieke-private samenwerking tussen de initiatiefnemer en projectcoördinator UCB, de gemeente Eigenbrakel en Sodever, de eigenaar van het terrein waar vroeger zand werd gewonnen. Het is een mooi staaltje van *legal engineering*. UCB investeert in de infrastructuur om de opgewekte zonne-energie naar de UCB-site te brengen en engageert zich om dertig jaar alle energie af te nemen. De gemeente Eigenbrakel financiert de installatie en leaset het land van Sodever, dat een nieuwe inkomstenbron aanboort.

“De samenwerking tussen UCB en de gemeente Eigenbrakel is een mooi voorbeeld van het gebruik van zonne-energie in periodes met minder zon. Het gebruik van dubbelzijdige zonnepanelen is ook een plus. Dit langetermijnproject is voor beide partijen een win-winsituatie op hun weg naar klimaatneutraliteit”, zegt jurylid Wendy De Munter, Food & Sustainability-manager van het cateringbedrijf Compass Group België. “Nu al zorgt de hernieuwbare zonne-energie van de Sodever Solar Farm voor een kwart van de energie van de grote UCB-site in Eigenbrakel, en is ze een belangrijk onderdeel van de strategie om klimaatneutraal te worden. Het contract van dertig jaar bezorgt Eigenbrakel inkomsten op lange termijn, en helpt de gemeente op haar beurt duurzamer te worden.”

T B.D.

FINALIST GROTE BEDRIJVEN: SCHRÉDER

Transitie in verlichting

Schröder, de Belgische specialist in buitenverlichting die aanwezig is in zeventig landen, heeft een ingrijpend transformatieplan ontwikkeld, waarmee het ook gemeenten en andere klanten helpt duurzamer en veiliger te worden. In 2020 startte de multinational met een plan rond drie pijlers: de planeet, de mens en de gemeenschap. Het bedrijf werkt daarbij met wetenschappelijke doelen, die om de drie maanden intern worden geëvalueerd en waarvan de resultaten mee de jaarlijkse bonus van het management bepalen. Heel knap is dat het transitieplan van het bedrijf direct het zakenmodel van het bedrijf aanpakt. Ontwerpers ontwikkelen buitenverlichting op een nieuwe, circulaire manier en het bedrijf experimenteert met de overgang van het leveren van producten naar het aanbieden van diensten. Een voorbeeld is het Londense district Haringey, dat in 2020

besloot slimme verlichting te installeren. Schröder haalde daarbij het contract binnen voor armaturen die werden bestuurd door een Central Management System (CMS). Door de verlichtingsdienst van Schröder kan het stadsdeel Haringey zijn energie en CO2-verbruik verminderen en de dienstverlening voor de burgers verbeteren. Schröder kan al mooie resultaten voorleggen voor zijn eigen emissiedoelen. In vergelijking met 2019 verminderen de emissies voor scope 1 en 2 (de directe impact) jaarlijks met 4,6 procent, die voor scope 3 (indirect, verderop in de waardeketen) met 2,5 procent. Het bedrijf zet onder meer in op minder gas en meer hernieuwbare energie, de omschakeling naar elektrische voertuigen en een hogere efficiëntie van de producten. Het werd genomineerd voor de Trends Global Impact Award bij de grote bedrijven.

T B.D.



SCHRÉDER
Ontwerpt buitenverlichting op een nieuwe, circulaire manier.


WINNAAR KMO'S: GORILLA

Stroomstoot richting hernieuwbare energie

Gorilla wint met zijn software voor energiebeheer de Trends Impact Award voor Klimaat & Energie bij de kmo's. De scale-up "neemt de energiedinosaurussen mee naar de moderne tijden", aldus de jury. **BENNY DEBRUYNE**

Gorilla heeft bewezen dat zijn geavanceerde datamanagementsoftware voor energiebeheer werkt en dat de markt er al heel lang op zat te wachten. Grote energiemaatschappijen behielpen zich meestal nog met Excel-bestanden in plaats van met de geavanceerde technologie van de scale-up. Met alle grote energiemaatschappijen wereldwijd als potentiële klant kan Gorilla een grote impact hebben op de energietransitie. Het kan de hele energiesector een stevige stroomstoot geven richting een snellere overschakeling naar hernieuwbare energie. "Gorilla neemt de energiedinosaurussen mee naar de moderne tijden, mee de ener-

gietransitie in. Zo maakt Belgische software de energietransitie toegankelijk voor miljoenen huishoudens wereldwijd. Ik kijk met grote ogen naar deze nog relatief onbekende, maar potentiële unicorn van eigen bodem", zegt jurylid Maarten Michielssens, de CEO van EnergyVision, dat vorig jaar in deze categorie de Trends Impact Award won. De slimme algoritmes die het bedrijf heeft ontwikkeld, helpen grote energiebedrijven overal ter wereld – Gorilla heeft klanten van het Verenigd Koninkrijk tot Nieuw-Zeeland – aan de hand van data de betaalbaarheid, de duurzaamheid en de beschikbaarheid van energie beter te beheren.



'Ik kijk met grote ogen naar deze nog relatief onbekende, maar potentiële unicorn van eigen bodem'

MAARTEN MICHELSENS, JURYLID EN CEO ENERGYVISION



➔ **RUBEN VAN DEN BOSSCHE**
 Gorilla wil het komende jaar zijn omzet en personeel verdubbelen.

CEO Ruben Van den Bossche noemt de wisselwerking tussen die drie aspecten het 'energietrilemma', omdat energiebedrijven constant afwegingen moeten maken. Ze moeten energiezekerheid afwegen tegen betaalbare energie, zodat de energiekosten van klanten beheersbaar blijven, en tegen de nood aan meer duurzame energie om de klimaatdoelen te halen.

Kapitaal opgehaald

Met de software van het Antwerpse Gorilla kunnen de grote spelers hun energiekosten beter voorspellen, en dat leidt tot lagere prijzen. De klanten van Gorilla – onder meer Engie, Shell en British Gas – kunnen ook hun energieverbruik efficiënter maken en de vraag en het aanbod beter op elkaar afstemmen. Dat is zeer nodig in een wereld waarin transport snel elektrisch wordt. Daardoor krijgen energiebedrijven meer inzicht in en een betere greep op hun productieketens en hun aanbod. Ze hoeven zo minder afwegingen te maken, en dat leidt er dan weer toe dat energiebedrijven sneller overschakelen naar hernieuwbare energie. Zo zorgt het bedrijf mee voor de daling van de CO₂-uitstoot in de energiesector. Die vergroenen is cruciaal om de klimaatdoelen van het akkoord van Parijs te halen.

Eerder dit jaar haalde Gorilla 23 miljoen euro op om zijn ontwikkeling de komende jaren te bestendigen. Het techbedrijf groeit bijzonder snel, en wil het komende jaar zijn omzet en personeel verdubbelen – van 10 naar 20 miljoen euro omzet en van 100 naar 200 mensen. Ruben Van den Bossche besteedde de afgelopen maanden heel wat tijd aan nieuwe mensen in dienst nemen. Het gaat vaak profielen die moeilijk te vinden zijn op de arbeidsmarkt, omdat ze een diepe expertise over energie en data moeten combineren. **t**

↓ JONAS VERSTRAETEN
EN THOMAS VYNCKE

“Wij willen tonen dat energie zowel goedkoper als duurzamer kan zijn.”



FINALIST KMO'S: COMPANION.ENERGY

Energieverbruik sturen

Het in 2022 opgerichte Gentse softwarebedrijf Companion.energy helpt industriële bedrijven hun energiekosten efficiënter te beheren en duurzamer te worden. Het tech-bedrijf bouwde een wiskundig model waarmee het de energiecontracten van zijn klanten – grote productiebedrijven – voortdurend analyseert. Dankzij die analyses kan de start-up betere voorspellingen doen over het energieverbruik van de klant en zijn verbruik sturen. Companion.energy, dat eerder dit jaar 2,1 miljoen euro ophaalde bij enkele prestigieuze businessangels en fondsen, zit op veelbelovende technologie. “Veel industriële bedrijven zullen overschakelen van gas naar elektriciteit. Ze denken vaak dat duurzame energie ook duurder is, maar dat hoeft zeker niet zo te zijn”, zei medeoprichter Thomas Vyncke,

die de start-up samen met Jonas Verstraeten oprichtte, eerder in Trends. “Wij willen met onze software tonen dat energie zowel goedkoper als duurzamer kan zijn. Als de prijzen voor hernieuwbare energie heel laag zijn omdat er veel wind is, kunnen bedrijven 10 procent op hun emissies besparen door te kiezen voor groene goedkope energie. Met ons platform kunnen ze hun energievraag zowel volgens de kosten als de emissies sturen.” Bij hernieuwbare energie is het namelijk moeilijker prijs-schommelingen te managen. Bedrijven zoeken naar manieren om dat te doen en zo geld te besparen. Tegelijk helpt de software voor energiebeheer de bedrijven met hun klimaatdoelen. Het nog jonge bedrijf heeft zijn eerste klanten al getekend en wil in 2025 helemaal klaar zijn voor de commercialisering van zijn product. **t B.D.**

FINALIST KMO'S: BEAUVENT

Warme stad

De energiecoöperatie Beauvent neemt deel aan de Trends Impact Awards met één van zijn vier activiteiten, Warmtenet Oostende. De energietransitie gaat niet enkel om de omschakeling van fossiele energiebronnen naar elektriciteit, maar ook over warmte. Duurzame warmte vervangt vervuilende olie of gas. Beauvent legde sinds 2019 meer dan 16 kilometer leidingen in Oostende voor een warmtenet dat de hele stad bestrijkt. Via die buizen kan het de restwarmte van de lokale verbrandingsoven naar bedrijven, scholen, appartementen en een ziekenhuis sturen. “We hebben een mix aan technologieën nodig om de energietransitie vorm te geven”, zegt jurylid Philip Lenders, directeur Energie & Utilities bij het consultancybedrijf PwC. “Beauvent toont op een succesvolle manier aan hoe een technisch beproefd

concept als warmtenetten innovatief ingezet kan worden om daartoe bij te dragen. Dat Beauvent daarenboven gedreven worden door 9.000 burgers-aandeelhouders, geeft het project extra glans.” Warmtenet Oostende wordt nog verder uitgebreid en moet in de toekomst een groot deel van de stad van warmte voorzien. Beauvent voert heel methodisch zijn plan uit en heeft al een duidelijk idee van de volgende stappen – onder meer buffers installeren om energie op te slaan. Het project is uitstekend ingepast in de energietransitie en heeft een duidelijke impact op de stad en de burgers. De financiering komt van de inwoners, aangevuld met bankleningen en Vlaamse subsidies. Warmtenetten bestaan al lang, vooral in Noord-Europa. Het vernieuwende zit in de voorbeeldrol die Beauvent kan spelen op de Belgische markt. **t B.D.**



↑ OOSTENDE

Beauvent legde meer dan 16 kilometer leidingen in de stad voor een warmtenet.

Duurzaamheid en finance

“We beseffen dat we als financiële sector een grote hefboom kunnen zijn voor het realiseren van de Green Deal-ambities”

Banken spelen een sleutelrol in de duurzaamheidstransitie, argumenteren specialisten ter zake **Philippe Wallez** en **Marc Callier** (ING België). Al blijkt ook een consistente en evenwichtige regelgeving broodnodig om de beoogde versnelling in te zetten.

Philippe Wallez is Head of ESG, Public Affairs en Senior Client Advisor bij ING Belgium. Zijn collega Marc Callier is er actief als Head of Sustainability Business Banking.

Waarom spelen financiële instellingen zo'n cruciale rol in de duurzaamheidstransitie?

Philippe Wallez. “Het zijn de banken die de economie financieren en dus per definitie ook de belangrijke transitie van bedrijven en particulieren richting CO₂-neutraliteit. Het is zaak om klanten op vlak van hun business, processen, gebouwen en mobiliteit te begeleiden naar een koolstofvrije toekomst, aan de hand van producten en advies op maat van hun omvang en van hun maturiteit inzake ESG.”

Marc Callier. “Tegelijk bepaalt wat banken financieren grotendeels hun totale emissies – het gekende Scope 3-verhaal. In die zin hebben we een gemeenschappelijk belang met onze klanten. Van daaruit, en vanuit het besef dat we als sector een grote hefboom kunnen zijn voor het realiseren van de Green Deal-ambities, doen we er alles aan om hen goed te informeren, hen in contact te brengen met experts en hen te ondersteunen bij de financiering van de transitie naar een koolstofarm businessmodel.”

Een andere bepalende factor in dit verhaal is de regelgeving. Hoe kijken jullie daarnaar?

Philippe Wallez. “De wetgeving stelt ons in staat om een duidelijke visie en dito initiatieven uit te werken. Zonder die kaders, zonder afgesproken definitie van wat duurzaam is en wat niet, zou je het risico lopen om qua rapportering appels met peren te vergelijken. Wel mag de slinger niet doorslaan naar overregulering, waarbij een bovenmatige complexiteit snel uitgroeit tot een drempel.”

Marc Callier. “De EU Taxonomy is het Europese kader dat bepaalt welke activiteiten als duurzaam worden beschouwd. Maar dat betekent niet dat banken enkel nog donkergroene projecten en bedrijven met louter duurzame activiteiten



PHILIPPE WALLEZ
Head of ESG, Public Affairs en
Senior Client Advisor bij ING Belgium

“Het zijn de banken die de economie financieren en dus ook de belangrijke transitie van bedrijven en particulieren richting CO₂-neutraliteit.”



zullen financieren. Bij de discontinuïteit die daardoor zou ontstaan in de economie, heeft niemand baat."

Het is aan banken om duurzame projecten te ondersteunen. Het initiatief ligt bij de bedrijven zelf. Hoe stimuleert ING hen om in actie te schieten?

Marc Callier. "We moeten er eerst en vooral voor zorgen dat al onze bankiers een constructief gesprek over duurzaamheid kunnen aanknopen met hun klanten. Die opleidingen zijn aan de gang. Je mag niet vergeten dat de ESG-aanpak een enorme verandering is, zowel voor klanten als voor onze medewerkers. Parallel bouwen we de nodige sector specifieke expertise op via contacten met frontrunners en sectorverenigingen. In tweede instantie moet ook de klant in staat zijn om mee te praten en actie te ondernemen. Daarvoor zetten we tools in, zoals de Sustainable Buildings Guide die bedrijven helpt om hun vastgoed future proof te maken, brengen we klanten in contact met kwalitatieve ESG-partners en bieden we hen producten aan met interessante voorwaarden, zoals onze Eco Renovatielening."



Waarin verschilt jullie aanpak met die van andere grootbanken?

Philippe Wallez. "ING zet zich al jaren in voor duurzaamheid, wat onder meer tot uiting komt in onze betrokkenheid in de Net-Zero Banking Alliance. Duurzaamheid zit echt in ons DNA. We willen daarom specifieke steun bieden aan elk bedrijf dat wil investeren in de decarbonisatie van de economie. En ook op ons eigen bedrijfsniveau proberen we een rolmodel te zijn, met duurzame gebouwen en mobiliteitskeuzes."

Marc Callier. "Bovendien concentreren we ons niet enkel op de grotere ondernemingen. Uiteraard bieden we ook meer complexe sustainable finance producten aan en zijn we via ING Lease een grote speler in de markt van de hernieuwbare energie, maar met onze instant financieringsoplossingen voor pakweg zonnepanelen of warmtepompen zijn we er voor iedereen."

Leeft duurzaamheid al voldoen de onder beleggers?

Philippe Wallez. "Het gros van de fondsen in ons aanbod valt alleszins onder de noemer duurzaam dan wel verantwoord beleggen. Wat de vraag naar dit soort producten betreft: die is er zeker en het bewustzijn errond neemt duidelijk toe. Langs de andere kant blijft rendement een essentieel criterium voor beleggers. Ze zijn absoluut bereid om hun steentje bij te dragen, maar verwachten wel een correcte return."

Wat is vanuit jullie perspectief nodig om de transitie te versnellen?

Marc Callier. "We moeten durven benoemen dat het toch wat trager gaat dan verwacht. In een uitdagende context, denk aan de energieprijzen en de loonkosten, focussen

Clever together

Tomorrow is everyone's business

ondernemers – begrijpelijk – sterker op rendabiliteit en competitiviteit. Belangrijke, noodzakelijke investeringen worden al eens op de lange baan geschoven. In dat licht lijkt een rol weggelegd voor de overheid, om een speelveld te creëren dat iedereen de kans geeft om de transitie mee vorm te geven."

Philippe Wallez. "En daar zijn uniformiteit, transparantie en stabiliteit voor nodig. De regels over de regio's heen harmoniseren, is een must. Op die manier ontstaat de ruimte om van een nood een deugd te maken en de uitdagingen op een positieve manier aan te vliegen, als opportuniteiten."



MARC CALLIER
Head of Sustainability Business Banking
bij ING Belgium

"We moeten durven benoemen dat de duurzaamheidstransitie toch wat trager gaat dan verwacht."

De samenleving is in transitie naar een economie met weinig CO₂-uitstoot. Dat geldt zowel voor ING als voor haar klanten. De bank financiert veel duurzame activiteiten, maar we financieren er nog altijd meer die dat niet zijn. Bekijk de vooruitgang die ING boekt op ing.com/climate.



RAILTRIP TRAVEL
 “We helpen mensen de eerste stap te zetten naar duurzamer en bewuster reizen.”

GETTY

WINNAAR: RAILTRIP.TRAVEL

100% treinavonturen

Railtrip.travel heeft de Trends Impact Award voor Mobiliteit gewonnen. Het profileert zich als het eerste Belgische reisbureau dat alleen maar treinreizen aanbiedt. Het doel is een andere manier van reizen aan te moedigen.

CAROLINE LALLEMAND

Er zijn talloze manieren om per trein door Europa te reizen, met een grote verscheidenheid aan landschappen en comfort om uit te kiezen. Maar reizen over het spoor is vaak een hindernissenbaan. Je verdwaalt in de dienstregelingen en de tarieven op de websites van de vele spoorwegmaatschappijen in Europa. Railtrip.travel, een Waals ecotoeristisch bureau, richt zich tot avonturiers die aange trokken worden door het trage vervoersmiddel, maar die zich ook zorgen maken over hun ecologische voetafdruk. Het bedrijf wordt gerund door twee Namenaren: Estelle Nicolay, geografe van opleiding, en haar echtgenoot

Fabien Pirard, ingenieur. Ze hebben van hun passie voor treinreizen hun beroep gemaakt. Na meer dan tien jaar Europa te hebben doorkruist met hun gezin en dag en nacht uitsluitend gebruik te hebben gemaakt van dat vervoersmiddel, lanceerden ze in 2020 hun onlineagentschap. Gemotiveerd door het enthousiasme dat de trein oproept, hebben ze vorig jaar de stap gezet om een fysiek agentschap te openen in het centrum van Namen, met een team van acht mensen. Momenteel bieden ze een twintigtal reizen aan, allemaal door hen uitgetest – van Slovenië tot Lapland, en niet te



‘Onze bestaansreden is mensen reizen te helpen zien als een manier om meer milieubewust te worden’

ESTELLE NICOLAY, RAILTRIP TRAVEL

vergeten Schotland en zijn beroemde Zweinstein Express. Het agentschap zorgt voor het boeken van het vervoer en de accommodatie, maar ook voor alle bijkomende activiteiten. De grootste impact op het milieu waar de oprichters van Railtrip.travel prat op gaan, is de drastische vermindering van de CO2-uitstoot die gepaard gaat met hun reiscatalogus. “Gemiddeld is transport verantwoordelijk voor 70 tot 90 procent van de CO2-impact van zo’n reis. Voor een twaalfdaagse route in Slovenië, als je ervoor kiest om te vliegen en ter plaatse een auto te huren, bedraagt de CO2-impact 813 kilogram per persoon. Als je voor de trein kiest, is dat 202 kilogram per persoon”, legt Estelle Nicolay uit.

Andere reisfilosofie

De oprichters van Railtrip.travel willen ook een andere reisfilosofie aanmoedigen, een die langzamer is en meer rekening houdt met het milieu. “Onze bestaansreden is mensen reizen te helpen zien als een manier om meer milieubewust te worden. Ons doel is zo veel mogelijk mensen te laten durven te reizen met de trein. We helpen hen de eerste stap te zetten naar duurzamer en bewuster reizen”, leggen ze uit. Het bedrijf ondersteunt ook regeneratieve landbouwprojecten met Soil Capital, evenals boom- en haagplantprojecten, niet aan de andere kant van de wereld, maar in België via het Plant C-initiatief. Het agentschap werkt ook samen met Greentripper, dat elk jaar de CO2-impact van zijn reizen berekent en de vermeden CO2-uitstoot evalueert. **1**



MOBILITEIT

FINALIST: UBIKE

Fietsen aanmoedigen in bedrijven

Bedrijfsmobiliteit transformeren' is sinds 2016 het motto van de fintech Ubike. "We komen tegemoet aan de behoeften van een breed scala aan bedrijven, van start-ups tot grote bedrijven, door drie financieringsopties aan te bieden: leasing, huur en koop. Die veelzijdigheid maakt ons uniek", zegt Philippe Lefrancq, chief marketing officer van Ubike. Nu bedrijfsfietsen steeds meer terrein winnen, haakt het bedrijf in op die golf door sinds 2023 twee ambitieuze programma's aan te bieden: BikeHive en Nearly New Bike. BikeHive, geïnspireerd op de samenwerking in bijenkorven, heeft als doel het gebruik van bedrijfsfietsen te vergroten met hulpmiddelen zoals interactieve evenementen, interne campagnes en gepersonali-

seerde ondersteuning. "Ons programma heeft het gebruik van fietsen in bedrijven van 5 naar 30 procent gebracht, wat bijdraagt aan de doelstelling van 11 procent fietsgebruik in Brussel tegen 2030", aldus Philippe Lefrancq. Het Nearly New Bike-programma biedt zorgvuldig geïnspecteerde, gereviseerde fietsen aan met een korting tot 60 procent. Dat initiatief maakt fietsen van hoge kwaliteit betaalbaar voor een breder publiek, met een positieve impact op de werknemers, het milieu en de steden. Het project profiteert van belangrijke partnerschappen voor het opknappen van de fietsen en een netwerk van meer dan 700 winkeliers voor de distributie. **CA.I.**

UBIKE

"Ons programma heeft het gebruik van fietsen in bedrijven van 5 naar 30 procent gebracht."

Transport is onontbeerlijk, maar creëert ook files, vervuiling, ongevallen en klimaatverandering. Er zijn veel oplossingen, van beter openbaar vervoer en een elektrisch wagenpark tot alternatieve brandstoffen. Er zijn ook mogelijkheden tot samenwerking, die het vervoer efficiënter maken. Wij zoeken projecten die alle onderdelen van ons vervoerssysteem beter op elkaar laten aansluiten en duurzamer maken.

Genomineerden: PostNL Pakketten België, Railtrip.travel, RGF Staffing Belgium en Ubike

FINALIST: POSTNL

Stadslogistiek heruitgevonden

De 'last mile' die goederen moeten afleggen blijft een cruciale fase voor bezorgbedrijven, omdat die een invloed heeft op de kosten en de klanttevredenheid. Sinds half april 2023 gebruiken zes bezorgers van PostNL in verkeersluwe gebieden – 450 straten – in het historische centrum van Gent XXL-bakfietsen met 3 kubieke meter laadruimte, in plaats van bestelwagens. Op die manier zijn al meer dan 100.000 pakketten bezorgd. In samenwerking met de Vlaamse stad, die een 'city hub' ter beschikking stelt om de fietsen op te laden, werkt PostNL aan het verminderen van fileproblemen in de binnenstad. Het belangrijkste doel is de stadslogistiek duurzamer te maken door de CO₂-uitstoot te verminderen.

Het bedrijf prijst ook het sociale aspect van zijn initiatief, dat het werk minder stressvol maakt voor zijn koeriers. "Onze klanten profiteren het meest van deze verandering in het transport. Ze hebben meer zekerheid dat hun pakket wordt afgeleverd. Met de bakfiets hoeven we geen rekening te houden met alle beperkingen van bestelwagens in de binnenstad", leggen de initiatiefnemers uit. Het proefproject heeft vier fasen. Het bevindt zich momenteel in zijn derde voorbereidende fase en zal geleidelijk uitgebreid worden naar het hele Gentse leveringsgebied. PostNL heeft de ambitie om tegen 2025 in elf Vlaamse steden zero-emissieleveringen te verzorgen en de dienst tegen 2030 landelijk aan te bieden. **CA.I.**



D'leteren peilt naar de toekomst van de mobiliteit door de ogen van de gebruikers

De derde Polaris-studie in opdracht van D'leteren werpt een licht op de tendensen op het gebied van mobiliteit. De toekomst ziet er veelbelovend uit: de transitie naar elektromobiliteit zit in een stroomversnelling en er is steeds meer belangstelling voor alternatieve oplossingen.

Onlangs onthulde D'leteren de resultaten van de derde Polaris-studie, die de tendensen bevestigen die al aangestipt werden in voorgaande enquêtes, evenals de evolutie van de verwachtingen en behoeften inzake mobiliteit en het toenemende verschil tussen particuliere en professionele klanten. Terwijl de bedrijven zich enthousiast achter een snelle transitie naar 100% elektrisch scharen, lopen veel particulieren vooralsnog niet echt warm voor het idee, hoofdzakelijk om financiële redenen. Verder laat Polaris ook zien dat de meeste Belgen nog altijd de auto verkiezen om zich te verplaatsen. En het lijkt er niet op dat hier snel verandering in zal komen ...

AANMOEDIGING VAN ALTERNATIEVEN

Polaris benadrukt de noodzaak om alternatieve oplossingen aan te moedigen, wat D'leteren effectief doet door zijn dienstenaanbod constant te verruimen. Voorbeelden hiervan zijn de uitbreiding van mobiliteitsoplossingen zoals Poppy of het fietsleasingsaanbod van Lucien en Joule. Een andere tendens die uit de studie naar voren komt, is de interesse om het gebruik van fotovoltaïsche panelen te combineren met de elektrische wagen, wat te danken is aan de ontwikkeling van de systemen voor intelligent

energiebeheer (EMS). Deze maken het mogelijk het energieverbruik te optimaliseren in functie van het weer, de kosten en de specifieke behoeften van de gebruikers – technologische vooruitgang, voorgesteld door het Brusselse bedrijf dankzij EDI en Go-Solar.



Polaris benadrukt de noodzaak om alternatieve oplossingen aan te moedigen, wat D'leteren effectief doet door zijn dienstenaanbod constant te verruimen.

De Polaris-studie wijst ook op de groeiende belangstelling voor innovaties en zelfrijdende voertuigen, een concept waaraan ze hard werken bij USH, een start-up die ontsproot aan Lab Box, het mobiliteitslab van D'leteren. Het onderzoek dat daar wordt verricht, verlegt de grenzen

van de technologie en bevestigt nog maar eens het engagement van D'leteren om het voortouw te blijven nemen in persoonlijke en collectieve mobiliteitsoplossingen.

BART EN CHRISTOPHE

De gebruikers hebben veel vertrouwen in de netwerken van officiële concessiehouders en meer dan 75% zegt de kwaliteitsvolle informatie te waarderen. Het onderstreept hoe belangrijk het is een verzorgde dienstverlening te bieden en naar de consumenten te luisteren. D'leteren verkent de toekomstmogelijkheden van de mobiliteit aan de hand van enkele video's, waarin vier persoonlijkheden met een heel verschillende achtergrond hun ervaring en expertise delen. De eerste is Bart De Wever in Antwerpen, waar Poppy zijn debuut maakte. Deze stad is bijzonder actief op het gebied van alternatieve mobiliteit. Dit is te danken aan de ontwikkeling van diverse initiatieven in navolging van de deelauto's van Poppy, maar ook dankzij MY Pop, de formule van de maandelijkse all-inforfait, die overal in België beschikbaar is. Hierover heeft de burgemeester van Antwerpen een duidelijke visie: "Een historische stad als deze heeft haar grenzen. De mensen verplaatsen zich graag met vervoermiddelen zoals de tram en de fiets, zonder auto's in de buurt. Deze moeten echter ook hun plaats hebben op straat. Er zijn grenzen en dus moeten we ons aanpassen. Geen radicale beslissingen, nee, eerder een evolutie naar een situatie waarin de auto niet langer de koning van de weg is. Maar het is ook niet de bedoeling dat hij de nar van de koning wordt!"



Een andere persoonlijkheid, in een heel andere sfeer, is Christophe Hardisquet. De sterrenchef vindt zichzelf telkens opnieuw uit om zijn keukens, met respect voor de producenten, in harmonie te houden met de evolutie van de maatschappij. "We moeten niet bang zijn om de 'reset'-knop in te drukken en de sprong te wagen. Innoveren betekent toekomstvisie hebben." Een filosofie waar D'leteren al sinds zijn oprichting, 219 jaar geleden, achter staat. De Brusselse groep heeft er nooit voor teruggedeinsd om zichzelf in vraag te stellen en risico's te nemen. De tijd heeft uitgewezen dat de gekozen koers de juiste was.

TOM EN VANINA

Ook de derde persoonlijkheid is er één om 'u' tegen te zeggen. Tom Boonen heeft meer expertise dan wie ook als het op fietsen aankomt. De grote steden van ons land zijn getuige van een ware boom van de elektrische fiets als verplaatsingsmiddel en hierin

speelt het merk Lucien een doorslaggevende rol. De elektrische fiets is een professioneel vervoermiddel geworden en het gebruik ervan wordt sterk ondersteund door het mobiliteitsbudget. "De elektrische fiets heeft de leeftijdsgrens om te fietsen een heel stuk omhooggetrokken. Vandaag zijn veel meer plaatsen toegankelijk voor tweewielers en mensen nemen de fiets voor veel langere trajecten. De drempel ligt voor iedereen een heel stuk lager dan vroeger."

De vierde en laatste persoonlijkheid is de snelste vrouw van België, Vanina Ickx. De Brusselse deed haar ervaring in elektromobiliteit op via de competitieport. "Ik heb benzine door mijn aders lopen, het zit gewoon in mijn dna, dat kan ik niet ontkennen. Maar ik ben ook mama van twee kinderen en bezorgd om het milieu en de wereld die we hen zullen doorgeven. Ik weet dus dat de transitie noodzakelijk is. Elektrificatie, ja, maar van elektronisatie ben

De Polaris-studie laat zien dat de meeste Belgen nog altijd de auto verkiezen om zich te verplaatsen.

ik geen voorstander." We moeten erkennen dat de corebusiness van de elektromobiliteit in essentie verbonden is met de sector van het wagenparkbeheer, die zich tot een van de locomotieven van de transitie heeft ontpopt. Via zijn verschillende automerken en in het bijzonder via VDFin heeft D'leteren zich gepositioneerd als een van de hoofdrolspelers in de verandering. De groep wil actief bijdragen aan de overstap naar elektromobiliteit en de creatie van een ecosysteem van voor iedereen toegankelijke alternatieve mobiliteit. D'leteren gaat mee met zijn tijd en zal de komende decennia een sleutelrol spelen in de evolutie van de mobiliteit! ●



De mobiliteitsstudie van Polaris is beschikbaar op:
www.dieteren.be/nl/polaris/

D'leteren


WINNAAR GROTE BEDRIJVEN: RGF STAFFING BELGIUM

Wereldwijd discriminatie aanpakken

Discriminatie op de werkvloer kent vele vormen. Iedere kansengroep botst tegen andere obstakels op de arbeidsmarkt. RGF Staffing Belgium wil die met een lokale en globale aanpak wegwerken, en wint daarmee de Trends Impact Award voor Diversiteit & Inclusie bij de grote bedrijven. JEF POORTMANS

RGF Staffing Belgium wil met RGF Connect wereldwijd discriminatie op de werkvloer terugdringen. RGF is een van de grootste hr-dienstenverleners in de wereld met vestigingen in zijn thuisland Japan, Azië, Europa en Noord-Amerika. Het heeft meer dan 20.000 werknemers in dienst. RGF probeert in verschillende landen de kloof te dichten die kansen- en minderheids-groepen tot de arbeidsmarkt

ervaren. Zo heeft het een programma in Duitsland om oudere werknemers duurzamer aan de slag te houden in werk dat ze tot aan hun pensioen kunnen volhouden. In Japan heeft het een opleidings- en ondersteuningsprogramma voor jongeren met een beperking om hun toegang tot de arbeidsmarkt open te breken. In de Verenigde Staten zet het in op de herintegratie van ex-gevangenen op de

arbeidsmarkt. Het Belgische programma binnen RGF Connect heet Hear2Work en is gericht op mensen met gehoorproblemen. Het begeleidt hen in de zoektocht naar geschikt en aangepast werk. “Het is indrukwekkend te zien hoe RGF tegemoetkomt aan de specifieke noden van bepaalde doelgroepen over de hele wereld”, zegt Charlene Crespel, de CEO van BeCentral en jurylid in de categorie Diversiteit & Inclusie.

Als hr-dienstverlener ziet RGF werk en de toegang tot de arbeidsmarkt als de voornaamste hefboomen om mensen een maatschappelijke rol te laten spelen en hen financieel te emanciperen.

Op zijn kop

RGF-Staffing wint de Trends Impact Award niet alleen om zijn wereldwijde netwerk van opleidings- en beleidingsprogramma's, maar ook omdat het de kruisbestuiving tussen de nationale programma's aanmoedigt. Zo zal er in Duitsland binnenkort een versie van het Belgische Hear2Work worden uitgerold.

Dat zet het duurzaamheidsadagium *‘Think globally, act locally’* op zijn kop. Bij RGF beginnen de impactinitiatieven lokaal, maar omdat het een multinational is, kan het die globaal verspreiden. Het is ook een mooi voorbeeld van hoe een bedrijf zijn sterktes, in dit geval in rekrutering en hr, inzet om bredere maatschappelijke doelen te versterken. RGF Connect is ook een uitvloeisel van de sterke interne focus van RGF op diversiteit en inclusie. Het management doorheen het hele bedrijf krijgt daar regelmatig doorgedreven opleidingen rond. “Het zet al heel sterk in op diversiteit en inclusie, maar wil daarin nog een stapje verder gaan, en dat verdient applaus”, stelt Charlene Crespel.

De jury waardeerde ook het feit dat RGF zijn Connect-programma zelf financiert en zich daarmee niet bezondigt aan *social washing* of subsidieslurpen. Het is bovendien een duurzaam financieringsmodel. Voor de mensen uit het Connect-programma die het plaatst bij bedrijven, ontvangt RGF commissies. Die investeert het opnieuw in het Connect-programma, waardoor het verder kan uitbreiden. **i**



RGF moedigt de kruisbestuiving tussen zijn nationale programma's aan.



➔ INCLUSIE
 Hear2Work begeleidt mensen met gehoorproblemen in de zoektocht naar werk.

DIVERSITEIT & INCLUSIE

Onze samenleving kan niet duurzaam vooruitgaan zonder dat iedereen erbij betrokken wordt en een deel van de voordelen krijgt. Wij zoeken projecten die ongelijkheid erkennen en die diversiteit en gelijkwaardigheid binnen en buiten de organisatie willen vergroten. Niet met eenmalige ingrepen, maar op systematische manieren die synoniem zijn met de identiteit van de organisatie.

Genomineerden: BeCode, Equal&Up, Funds For Good, Randstad Group Belgium, RGF Staffing Belgium, SAM sensory & more, Scale Dogs, Studaro en Veolia Group

FINALIST GROTE BEDRIJVEN: VEOLIA GROUP

Verjongen en vervrouwelijken

Veolia is een van de grootste industriële bedrijven in de wereld. In België en Luxemburg doet het vooral afvalophaling, waterzuivering en energiebeheer. Dat zijn niet meteen de sectoren en activiteiten die uitblinken in diversiteit. Het merendeel van de medewerkers zijn mannen van boven de veertig. Om daar wat aan te doen, rolt Veolia in België en Luxemburg

het Dive'In-programma uit. De bedoeling is het werknemersbestand te verjongen en te vervrouwelijken. Het zet daarvoor in op verschillende sporen. De diverse managementlagen in het bedrijf krijgen meer trainingen rond diversiteit en inclusie. Er is een netwerk opgericht van ambassadeurs in het hele bedrijf. Die en dertien andere doelen staan in het diversiteitsplan dat Veolia in 2022 voor België en Luxemburg heeft opgesteld. Onlangs is er een tweede plan opgesteld, dat vervolg geeft aan het eerste. De jury waardeert de eerlijkheid en bescheidenheid waarmee Veolia het gebrek aan diversiteit en inclusie erkent en wil aanpakken. De intenties die uitgaan van het programma, dat een schoorvoetend begin is van een hopelijk langduriger traject in diversiteit en inclusie, verdienen op zijn minst gezien te worden. **t J.P.**



↑ VEOLIA
Het merendeel van de medewerkers zijn mannen.

FINALIST GROTE BEDRIJVEN: RANDSTAD

Succes met langdurig zieken

De hr-dienstverlener Randstad pakt in zijn afdeling RiseSmart Employability een van de hardnekkigste problemen op de Belgische arbeidsmarkt aan: de langdurig zieken. Ons land telt 450.000 mensen die niet deelnemen aan de arbeidsmarkt omdat ze ziek zijn of een handicap hebben. Het probleem van langdurig zieken is nergens in Europa zo groot als in België. In opdracht van de VDAB en het Riziv begeleidde Randstad 315 langdurig zieken om weer aan het werk te gaan. Het project liep drie jaar tussen 2020 en 2023. In 41 procent van de gevallen leidde de begeleiding tot een succes. Dat was 15 procent meer dan bij controle-groepen die deelnamen aan gelijkaardige projecten. Er was ook een kwalitatieve verbetering. Deelnemers aan

het project merkten duidelijk een positieve psychologische impact. Het besef dat het, ondanks een chronische ziekte of een beperking, onder bepaalde omstandigheden toch mogelijk was om te werken, leidde tot een mentaliteitswijziging. De deelnemers werden intensief en langdurig begeleid door coaches van Randstad. Die werden op hun beurt bijgestaan door de kennis en de ervaring van andere projectpartners, zoals VDAB en Idewe. Het project werd gefinancierd via een Social Impact Bond. Dat is een publiek-private samenwerking tussen overheidsinstellingen, een sociale organisatie en impactinvesteerders. De jury stelt het initiatief op prijs omdat het een probleem van zo'n omvang aanpakt en daarin betere resultaten boekt dan gelijksoortige projecten. **t J.P.**



→ RANDSTAD
Begeleidde 315 langdurig zieken om weer aan het werk te gaan.


WINNAAR KMO'S: FUNDS FOR GOOD

Winst inzetten voor ondernemersdroom

België bulkt van mensen die willen ondernemen, maar daar geen klassieke financiering voor vinden. Funds For Good heeft daarvoor een vernuftig model opgezet. Het wint de Trends Impact Award voor Diversiteit & Inclusie bij de kmo's. JEF POORTMANS

Funds For Good (FFG) ziet ondernemerschap als het ultieme middel om achterblijvers op de arbeidsmarkt te emanciperen. België loopt over van de talentvolle mensen die willen ondernemen, maar door discriminatie en andere redenen afgesneden zijn van het traditionele financiële systeem om die ondernemingsplannen te financieren. FFG, opgericht door Patrick Somerhausen en Nicolas Crochet, wil die kloof dichten. Het model dat het daarvoor heeft opgezet is zo eenvoudig dat het moeilijk te geloven is dat het al niet eerder is bedacht. Enerzijds beheert Funds For Good Invest een aantal beleggingsfondsen, waarin particuliere en professionele beleggers kunnen investeren. Een groot verschil met andere reguliere fondsen is dat het een deel van de winst opzijzet en daarmee de ondernemersdromen financiert van mensen die niet via banken of

andere investeerders aan financiering geraken. Dat doet het via Funds For Good Impact. De beleggers in die fondsen genieten een bepaald rendement, maar hebben tegelijk met hun investering een bredere maatschappelijke invloed. "Het is een mooi voorbeeld van hoe de klassieke financiële wereld en impact samen kunnen gaan", zegt Charène Crespel, de CEO van BeCentral en jurylid in de categorie Diversiteit & Inclusie. FFG ondersteunt ondernemers op verschillende manieren. Financieel, via achtergestelde en renteloze leningen waarop ze in sommige gevallen de eerste 6 tot 24 maanden nog geen aflossingen moeten betalen. Daarnaast heeft het een uitgebreid netwerk van vrijwillige coaches, die de ondernemers gratis ondersteunen met advies over bijvoorbeeld digitale marketing, juridische zaken of verkoopstrategieën.



1 PATRICK SOMERHAUSEN EN NICOLAS CROCHET

De voornaamste doelgroep zijn selfmade ondernemers die in precare situaties zitten.

© FRANKY VERDICT

Netwerk

De impact van FFG is concreet te meten. Het initiatief heeft de afgelopen tien jaar net geen 1.200 projecten ondersteund, goed voor 2,5 miljoen euro aan toegestane leningen. Het heeft daarmee ook 1.350 banen gecreëerd. Zo'n 70 procent van de ondernemers die FFG financiert is werkloos, maar 80 procent van hen is vijf jaar nadat ze de eerste lening hebben ontvangen, nog altijd aan het werk. FFG ondergaat regelmatige audits door erkende spelers. "FFG heeft een duidelijk visie, concrete doelstellingen en is transparant in al zijn cijfers en impactmetingen", zegt Charène Crespel. De voornaamste doelgroep van FFG zijn selfmade ondernemers die in precare situaties zitten en moeilijk reguliere financiering krijgen. Verder financiert FFG grotere projecten rond bijvoorbeeld regeneratieve landbouw. Het heeft ook een programma opgestart voor vrouwelijke ondernemers. Daarnaast werkt FFG samen met andere partijen gespecialiseerd in micro-financiering en impact-investeringen. Het probeert voor elk project cofinanciering door een van die partijen aan boord te krijgen. Dat netwerk is een grote meerwaarde. "Dat brengt mensen samen die elkaar normaal nooit zouden hebben ontmoet", zegt Charène Crespel. FFG werd ook genomineerd voor de Trends Global Impact Award bij de kmo's. **1**

Funds For Good heeft de afgelopen tien jaar net geen 1.200 projecten ondersteund, goed voor 2,5 miljoen euro aan toegestane leningen.

FINALIST KMO'S: BECODE

Vorming als hefboom

BeCode geeft IT-opleidingen aan mensen die het moeilijk hebben op de arbeidsmarkt. Het maakt van het tekort aan werknemers met digitale vaardigheden een hefboom om mensen uit precare arbeidssituaties te halen. Die laatste volgen via BeCode intensieve opleidingen rond specifieke thema's, zoals cybersecurity, artificiële intelligentie en data-analyse. Zo doen ze in korte tijd voldoende competenties op om ermee aan de slag te gaan in een bedrijf. Achtergrond of opleiding zijn niet van belang om een opleiding te kunnen volgen, motivatie des te meer. BeCode is veeleisend voor de mensen die aan een opleidingstraject beginnen. Het heeft al een vaste schare aan grote bedrijven verzameld, die mensen uit de BeCode-opleidingen aannemen. "Die bedrijven geven het

BeCode-curriculum ook mee vorm, wat een goede zaak is", zegt Charlène Crespel. Daarnaast werkt het ook samen met openbare partijen, zoals de arbeidsbemiddelaars VDAB en Forem.

BeCode heeft een duidelijk zicht op zijn rol en meerwaarde in het ecosysteem en het weet hoe het zichzelf onderscheidt van organisaties met een gelijkaardig project en doel. Die zelfkennis pleit volgens de jury voor de organisatie.

BeCode bestaat zes jaar en heeft al zo'n 4.000 mensen opgeleid. Zes maanden na de opleiding is 73 procent van hen nog aan het werk. Een jaar later is dat 82 procent. "Daarmee is de impact duidelijk. BeCodes doel is heel duidelijk inclusie via de arbeidsmarkt. Het toont dat opleiding en kennis cruciaal zijn voor de integratie in de arbeidsmarkt", zegt Charlène Crespel. **1** J.P.



BECODE

Achtergrond of opleiding zijn niet van belang om een opleiding te kunnen volgen.



SCALE DOGS

De vraag naar geleidehonden is groot.

FINALIST KMO'S: SCALE DOGS

Honden met impact

Het was de enige pitch waarbij de jury op haar hoede moest zijn om haar oordeel niet te laten beïnvloeden door de hond die gemoedelijk en languit op zijn zij lag te rusten, terwijl zijn baasjes hun presentatie gaven. Scale Dogs traint geleidehonden voor blinden, gidshonden voor mensen met autisme en gezelschapshonden voor zieke kinderen. Dat is eerst en vooral een tijdsintensieve activiteit. Het duurt twee jaar om een hond voor blindengeleiding op te leiden en de helft die aan een training begint, haalt het einde niet. De kostprijs per hond is 43.500 euro. Scale Dogs doet daarbij een beroep op een netwerk van zo'n zeventig

vrijwilligers, waaronder gastgezinnen voor de honden. Omdat het zo veel tijd kost, plaatst Scale Dogs jaarlijks maar vijf honden. Momenteel zijn er zo'n 25 in opleiding. Maar de vraag naar geleidehonden is groot. De wachttijd bij Scale Dogs, en aanverwante initiatieven, bedraagt twee tot drie jaar. De schaal waarop Scale Dogs mikt, is daarmee niet zo groot, maar de individuele impact voor de mensen die er een beroep op doen is zeer groot. Het grootste knelpunt is financieel. Om die wachtlijst weg te werken zou het huidige jaarlijkse budget moeten verdubbelen. De voornaamste financieringsbronnen zijn nalatenschappen, sponsors en giften. **1** J.P.



JACOB BOSSAER
 De basis voor alle projecten
 van Bosaq is de waterzuive-
 ringsmachine Q-Drop.

WINNAAR: BOSAQ

Overall drinkbaar water

Met zijn waterzuiveringsmachine wil Bosaq drinkbaar water creëren voor gemeenschappen die getroffen zijn door waterschaarste. Het werkt daarvoor samen met de lokale overheden. Bosaq wint de Trends Impact Award voor Veerkracht én de Trends Global Impact Award bij de kmo's. ILSE DE WITTE

Bosaq ontwikkelt oplossingen voor de wereldwijde watercrisis." Zo vat jurylid Roy Coppieters, directeur Business Resilience & Crisis Leadership bij PwC, de activiteiten van Bosaq samen. Het project van het Oost-Vlaamse watertechnologiebedrijf zal zo'n 10.000 mensen in dertien afgelegen dorpen in Suriname van drinkbaar water voorzien. Suriname is erg kwetsbaar voor de klimaatverandering. Door de stijging van het zeeniveau en overstromingen wordt het zoete water uit de rivieren vervuild met zeewater. "Bosaq maakt een levensbelangrijk verschil voor mensen

getroffen door waterschaarste. Door een stabiele en hoogwaardige watervoorziening te garanderen, verbetert Bosaq de veerkracht van de meest afgelegen dorpen", stelt Coppieters. "Als die gemeenschappen gemakkelijker toegang krijgen tot drinkbaar water, dan komt dat de socio-economische ontwikkeling ten goede en de gelijkheid tussen mannen en vrouwen", legt Hira Mehmood, chieft product officer van Bosaq uit. "Vooral vrouwen en kinderen zijn vaak lang onderweg om water te vinden. Naar schatting de helft van de vrouwen in Suriname is ongeletterd."

Bosaq heeft gelijkaardige projecten lopen in Ghana, Botswana, Rwanda en Moldavië en werkt daarvoor met de lokale overheden samen. Sinds deze zomer zit er ook een overheid in het kapitaal van Bosaq, na de intrede van het Belgische staatsinvesteringsfonds SFPIIM.

Het potentieel is groot, want er sterven jaarlijks 3 miljoen mensen door slechte waterkwaliteit en een gebrekkige toegang tot drinkwater, volgens de Verenigde Naties.

Ook voor industrie

Jacob Bossaer richtte het bedrijf in 2017 op, samen met Pieter Derboven, nadat hij vijf jaar als wateringenieur had gewerkt op Antarctica, in het Princess Elisabeth Station. Op die poolbasis moet er heel zuinig met water omgesprongen worden. Behalve voor gemeenschappen werkt Bosaq ook voor de industrie. Zo heeft de onderneming voor TotalEnergies een installatie gebouwd in Schoten om kanaalwater te zuiveren tot gedemineraliseerd water, dat als grondstof voor koelvloeistoffen kan dienen. De vestiging kan daardoor het verbruik van leidingwater met 25.000 kubieke meter per jaar verminderen.

De basis voor al die projecten is de waterzuiveringsmachine Q-Drop. Die werkt op de hernieuwbare energie van zonnepanelen. Ze wordt in stukken vervoerd en ter plekke opgebouwd, zodat transport over een rivier mogelijk is. Q-Drop is een technologisch hoogstandje dat alle soorten water kan zuiveren tot schoon drinkwater, van rivier- en zeewater tot grondwater en gebruikt water.

"Het bedrijf vertrekt niet vanuit een belerende of betuttelende houding, maar werkt samen met de lokale bevolking aan de oplossing. De gemeenschappen krijgen alle tools in handen om te groeien en weerbaarder te worden", vindt jurylid Hugo Marynissen, professor aan de Universiteit Antwerpen en expert crisismanagement. Bosaq zorgt voor de opleiding van mensen uit de gemeenschap, zodat zij zelf de machines kunnen herstellen als er een onderdeel kapot gaat. **1**



'Vrouwen en kinderen zijn in Suriname vaak lang onderweg om water te vinden'

HIRA MEHMOOD, BOSAQ

VEERKRACHT

Veerkrachtige organisaties reageren proactief op onverwachte gebeurtenissen. Het zijn lerende organisaties, met een sterke structuur van processen, procedures, systemen en mensen die effectief met crisissen omgaan. Wij zoeken projecten die de veerkracht vergroten bij maatschappelijke en ecologische verstoringen, zoals bedrijfsongevallen, gezondheidsepidemieën, klimaatgebeurtenissen, watercrisissen en verlies van biodiversiteit.

Genomineerden: Brandweernetwerk Zeehaven-Schelde, Bosaq, Delva Landscape Architects en PM

FINALIST: DELVA

Veel meer dan een casino

In 2019 schreef het gemeentebestuur van Middelkerke een aanbesteding uit voor een nieuw casino op de dijk. Een van de zeven kandidaturen was Delva Landscape Architecture & Urbanism betrokken. De landschapsarchitect wilde veel meer doen met het project dan een nieuw casino bouwen op de plek waar het oude stond. “Wij vertrekken van de kracht van de natuur. Wij wilden het duinenlandschap in zijn eer herstellen”, legt architect Steven Delva uit. Delva en het architectenbureau ZJA haalden de opdracht binnen en realiseerden samen met OZ en Bureau Bouwtechniek en deskundigen het evenementengebouw. Op 23 maart 2024 werd het gebouw, met een casino, restaurant, evenementenruimte, hotel en parking opgeleverd. Het ontwerp kreeg een International Architecture Award. “De parking en het casino zitten onder de duinen verstopt

en het hotel steekt erboven uit”, zegt Delva. Een duinachtig plein rond het hotel met helmgras en zandgeulen simuleren de duinen. Het naburige Epernayplein werd autovrij gemaakt en geïntegreerd in het geheel. De grootste impact op de veerkracht van Middelkerke komt van de dijk. Delva: “We hebben die versterkt en verzaaid. Het is nu de best beschermde locatie van de kust.” “Dit project toont dat innovatieve landschapsarchitectuur de effecten van klimaatverandering kan tegengaan en kan samengaan met leefbaarheid en duurzaamheid”, stelt PwC-directeur Roy Coppieters. “Dit project kan andere gemeenten inspireren om de publieke ruimte anders in te delen met het oog op maatschappelijke weerbaarheid”, oppert Hugo Marynissen, expert crisisbeheer van de Antwerp Management School. **I.D.W.**

FINALIST: BRANDWEERNETWERK ZEEHAVEN-SCHELDE

Gebundelde krachten

Het Brandweernetwerk Zeehaven-Schelde (BZS) kwam eind juni voor de eerste keer in actie, nadat er een lek was ontstaan in een naftatank van TotalEnergies.

Maar wie is de brandweer in het haven- en industriegebied rond de Scheldedelta, dat 120 vierkante kilometer bestrijkt? Sinds enige tijd is dat een uniek publiek-privaat samenwerkingsverband met achttien leden. Die delen kennis en middelen met elkaar, om zich beter voor te bereiden op en samen in te grijpen bij specialistische of langdurige incidenten in het Zeehaven-Scheldegebied. “De leden van het netwerk zijn veelal concurrenten, maar hier primeert het algemene belang”, meent UA-professor Hugo Marynissen, die bij de opstart van het netwerk betrokken was.

Op 12 december 2022 stelden

het havenbedrijf Port of Antwerp-Bruges, vijf grote industriële spelers uit de haven - BASF, Covestro, Evonik, TotalEnergies en de kerncentrale van Doel - samen met de Brandweer Zone Antwerpen en Hulpverleningszone Waasland, een plan voor om de publieke en private brandweerkorpsen beter te laten samenwerken. “Het is een mooi voorbeeld van samenwerking en innovatie ter bescherming van onze economie en ecologie”, stelt jurylid Roy Coppieters van PwC. “Hun gerichte aanpak maakt het netwerk bijzonder effectief.” Voor grote chemiebedrijven is een eigen brandweerskorps onontbeerlijk. Zij kunnen bij elkaar, maar ook bij kleinere bedrijven in het havengebied inspringen. “De bedoeling is alle mensen en middelen in het netwerk efficiënt in te zetten”, legt coördinator Ben Windey uit. **I.D.W.**




WINNAAR GROTE BEDRIJVEN: BIOFIRST GROUP

Insecten voor gezonde gewassen

BioFirst Group is de toonaangevende speler in de duurzame landbouwsector. Het bedrijf was begonnen als een hommelmkeker en heeft nu een compleet assortiment van oplossingen voor tuinbouw en veldgewassen. Het doel is tot de toptien-spelers in de duurzame landbouw te behoren. CAMILLE DELANNOIS

Natuurlijke bestuiving, hulp-insecten en -mijten, hoogtechnologische detectie- en monitoringoplossingen, biocontroleproducten, biostimulanten, biomesstoffen en gesofisticeerde inoculanten. De oplossingen van het in Westerloto gevestigde BioFirst bieden significante verbeteringen voor de gezondheid van de gewassen en de opbrengsten, en zijn doeltreffend en gemakkelijk toe te passen. Het biedt alternatieven voor conventionele insecticiden en biologische oplossingen die rechtstreeks bijdragen tot de beperking van de klimaatverandering door de CO₂-uitstoot te vermindere en gezonde bodems te herstellen. Daarmee wint BioFirst Group de Trends Impact Award voor Ecologie én de

Trends Global Impact Award bij de grote bedrijven. Vandaag is een groeiend aantal chemische gewasbeschermingsmiddelen verboden vanwege hun impact op de gezondheid of de biodiversiteit. Ook ontwikkelt zich resistentie bij insecten, waardoor boeren steeds meer moeten sproeien. Die situatie heeft de zoektocht naar alternatieven de afgelopen tien jaar versneld, met BioFirst als leider in de sector.

Diversificatie

Het bedrijf was begonnen als een hommelmkeker en is uitgegroeid tot een wereldleider in biologische gewasbescherming. “Die transformatie toont de vastberadenheid van het bedrijf om veranderingen in de landbouw teweeg te brengen en tegelijkertijd het milieu en de biodiversiteit te beschermen”, legt CEO Jean-Marc Vandoorne uit. Nu hommels nog maar 10 procent van de verkoop vertegenwoordigen, richt het bedrijf zich op “nuttige insecten”, na-



BIOFIRST GROUP

Het bedrijf was begonnen als een hommelmkeker en is uitgegroeid tot een wereldleider in biologische gewasbescherming.

© FRANKY VERDICKT

tuurlijke macro-organismen die worden gebruikt om specifieke plagen van planten te bestrijden. Tot de best verkopende producten behoren mijten die rode spinnen en witte vliegen verdelgen, de belangrijkste plagen in de tuinbouw. “Door een zelfvoorzienend systeem te creëren, met minder plagen en een gevestigde populatie van nuttige organismen, worden chemicaliën alleen gebruikt als laatste redmiddel”, voegt Vandoorne toe. Het bedrijf werd opgericht in 1987 en is actief in meer dan zeventig landen wereldwijd. Het is blijven groeien door het aanbod van biologische bestrijdingsoplossingen te diversifiëren. Er zijn vier afdelingen opgericht: Biobest, BioWorks, Plant Products en Biotrop, die expertise leveren in bestuiving, biopesticiden, biostimulanten, biofertilisatoren en gewasbeheerinstrumenten. Daarmee garandeert het een uitgebreide, innovatieve ondersteuning voor duurzame landbouw. Vorig jaar bereikte de groep een mijlpaal met de overname van zijn Braziliaanse tegenhanger Biotrop voor 530 miljoen euro, waarmee het aanbod in de vollegrondlandbouw werd uitgebreid. De transactie werd voornamelijk gefinancierd door een kapitaalverhoging van 365 miljoen euro door BioFirst. **t**

Tot de best verkopende producten behoren mijten die rode spinnen en witte vliegen verdelgen.



ECOLOGIE

FINALIST GROTE BEDRIJVEN: ELIA GROUP

Innovatieve aanpak voor Prinses Elisabeth Eiland

De Belgische elektriciteitstransmissiebedrijver Elia Group ontwikkelt het eerste kunstmatige energie-eiland ter wereld, het Prinses Elisabeth Eiland, gelegen in de Noordzee op 45 kilometer van de Belgische kust. “Het wordt het eerste kunstmatige energie-eiland ter wereld dat gelijkstroom en wisselstroom combineert”, zegt Marleen Vanhecke, communicatieverantwoordelijke van Elia. Het eiland zal dienen als elektriciteitshub die de kabels van de windmolenparken in de tweede offshore windzone

van België samenbrengt en zo de geproduceerde elektriciteit naar het vasteland brengt. Het zal ook dienen als tussenstation voor de interconnecties tussen België en andere Europese landen.

Bij het ontwerp van het eiland werd natuurinclusief gewerkt. Het bedrijf wilde de biodiversiteit rond het toekomstige energie-eiland stimuleren. Daarom heeft het zeven concrete maatregelen om het mariene ecosysteem te versterken. Zo worden de stormmuren aan de buitenkant voorzien van richels waar de drieteenmeeuw, een kwets-

Ecosysteemdiensten bezorgen de samenleving een gezond ecosysteem en zijn onmisbaar voor onze economie. Wij zoeken projecten die natuurlijke ecosystemen beschermen en herstellen, zoals waterzuivering, herbebossing, de herintroducering van wildedierensoorten, natuurbehoud, regeneratieve landbouw en de verbetering van de biodiversiteit.

Genomineerden: BeeOdiversity, BioFirst Group (Biobest), Brauzz, Elia Group, Fishway, Hydro-Bio, In-Between International, Orta, Paleo, Planet B, R&O Lab, Semaillies, Spadel en Veolia Group

bare diersoort, kan schuilen. Onder het wateroppervlak zullen verschillende maatregelen worden gecombineerd om een rijk en divers kunstmatig rif te creëren. Het bedrijf is bijvoorbeeld van plan rond het eiland ‘longlines’ met korven te installeren om platte Europese oesters te huisvesten. Hun larven kunnen zich vasthechten aan de

steenslag, die optimaal rond het eiland is gelegd, wat de groei van de oesterriffen ten goede komt. De maatregelen zijn geselecteerd op basis van hun technische haalbaarheid en hun verwachte positieve effect. Met dit initiatief wil Elia een voortrekkersrol spelen in de duurzame bouw en exploitatie van offshore infrastructuur. **1 C.D.**

1 PRINSES ELISABETH EILAND
Het ontwerp van het eiland houdt rekening met de natuur errond.




BEEODIVERSITY

Gebruikt bijen als natuurlijke drones.

GETTY

WINNAAR KMO'S: BEEODIVERSITY

Bijen meten biodiversiteit

De start-up BeeOdiversity heeft het project BeeOmetrics ontwikkeld, dat is gebaseerd op de aanwezigheid van wilde bijen als bio-indicator. Daarmee kunnen de biodiversiteit en de vervuulende stoffen die het milieu beïnvloeden, worden gemeten. CAMILLE DELANNOIS

Met meer dan 80.000 bijen die voor ons werken, zijn we de grootste werkgever in België”, lacht Michaël van Cutsem, de CEO van BeeOdiversity, de start-up die de Trends Impact Award voor Ecologie heeft gewonnen bij de kmo's. “Tegen 2050 zal 50 procent van de soorten verdwenen zijn en zal 45 procent van het voedsel pesticiden bevatten”, waarschuwt de CEO, die besloten heeft om het probleem van de biodiversiteit aan te pakken. Door bijen als natuurlijke drones te gebruiken, kan de start-up de biodiversiteit meten. Met BeeÔtels (bijenhôtels) onderzoekt het bedrijf de bezettingsgraad van wilde bijen in de omgeving. Dat wordt automatisch berekend met behulp van beeldherkenning, op basis van een foto genomen

door een smartphone. Naast de bezettingsgraad en om de omgeving waarin de bijen leven gedetailleerder te bestuderen, wordt ook het stuifmeel geanalyseerd dat de bijen meebrengen. Dat wordt gebruikt om de aanwezigheid van vervuulende stoffen uit de landbouw (pesticiden, nitraten, enzovoort) en de industrie (zware metalen of PFAS, bijvoorbeeld) op te sporen en om de biodiversiteit van planten te meten.

“Het doel is verbanden te leggen tussen de bezettingsgraad van de BeeÔtels, de aanwezigheid van vervuulende stoffen uit de landbouw en de industrie, de biodiversiteit van planten en de bodem, zodat de bezettingsgraad een algemene indicator van het milieu wordt die kan worden gebruikt om advies te geven over acties en

verbeteringen. Daarna kan dit systeem op grote schaal worden ingezet”, legt Michaël van Cutsem uit. Om dat te bereiken integreert BeeOmetrics artificiële intelligentie.

Waardecreatie

Met dit project wil de start-up de toegang tot biodiversiteitsgegevens democratiseren, zodat iedereen problemen kan identificeren en gerichte actie kan ondernemen om vervuiling tegen te gaan en de lokale biodiversiteit te verbeteren. Huidige oplossingen, zoals satellietbeelden, drones, sensoren of veldinventarisaties, zijn erg duur en meestal voorbehouden aan grote bedrijven. “In het beste geval gebruiken kleine organisaties empirische en willekeurige methodologieën om problemen op te lossen”, aldus de CEO.

De BeeOmetrics-oplossing richt zich zowel op de landbouwsector als op bedrijven, scholen, gemeenten en lokale autoriteiten. “De verbetering van het milieu, het werk, het welzijn en het imago heeft een blijvend effect op de activiteiten en resultaten van een onderneming. Die waardecreatie is de ambitie en de boodschap die BeeOdiversity sinds zijn oprichting uitdraagt.”



Met dit project wil de start-up de toegang tot biodiversiteitsgegevens democratiseren.

De start-up, die aanvankelijk met eigen middelen werd gefinancierd, ontving begin dit jaar een Europese EIC Transition-financiering van meer dan 2 miljoen euro, waardoor de ontwikkeling van het project kon worden versneld. Volgens Markets&Markets is de biodiversiteitsmarkt in 2021 al meer dan 14 miljard euro waard en blijft die versnellen, dankzij de nieuwe verplichtingen voor extrafinanciële verslaggeving en het groeiende bewustzijn van de risico's die gepaard gaan met de achteruitgang van de biodiversiteit in veel sectoren. **i**

FINALIST KMO'S: PLANET B

Gezond voor lichaam en planeet

Tibbe Verschaffel, de CEO van de start-up Planet B, wil de concurrentie aangaan met grote namen als Unilever, Nestlé en P&G. Zijn missie is om alledaagse producten te vervangen door milieuvriendelijke alternatieven.

“Veel producten, zoals cosmetica, wasmiddelen en voedsel, zijn gewoon niet gezond, noch voor ons lichaam, noch voor de planeet”, zegt de jonge ondernemer, die de toekomst van fast moving consumer goods (FMCG) wil vormgeven, een markt die wordt geschat op meer dan 15 miljard dollar.

Met zijn producten heeft de start-up al 1,3 miljoen flessen en meer dan 45 miljoen plastic rietjes bespaard. De start-up biedt duurzame cosmetica onder het merk Wondr, milieuvriendelijke wasmiddelen onder het merk Klaaar,

bamboerietjes en kinderkoekjes met de naam Kiko. “We hebben ervoor gekozen onze merken per categorie uit te breiden, zoals de grootste bedrijven doen”, legt Tibbe Verschaffel uit. “Consumenten willen zich niet per se wassen met hetzelfde merk als hun afwasmiddel.” Het doel van Planet B? Duurzame producten aanbieden in de hele keten: grondstoffen, productie, verpakking en consumptie, tegen een concurrerende prijs. “Met Planet B willen we bewijzen dat duurzaamheid hand in hand kan gaan met gezondheid en kwaliteit.” Om deze producten te ontwikkelen die ontworpen zijn om “goed te doen en je goed te voelen”, kon de start-up rekenen op een financiering van ongeveer 1,5 miljoen euro van Participatiemaatschappij Vlaanderen (PMV) en businessangels. **© C.D.**



PLANET B

Wil de concurrentie aangaan met grote namen als Unilever, Nestlé en P&G.



↓ IN-BETWEEN INTERNATIONAL
Transformeert de waterhyacint in natuurlijke vezels.

FINALIST KMO'S: IN-BETWEEN INTERNATIONAL

Vezels van invasieve planten

Hebt u al eens gehoord van de waterhyacint? De invasieve waterplant, die op het wateroppervlak drijft, komt voor in meer dan honderd landen over de hele wereld. Hij wordt beschouwd als een van de ergste onkruiden ter wereld, omdat de plant overal waar hij zich verspreidt een negatieve invloed op het ecosysteem heeft. Hij blokkeert de toegang tot rivieren en meren, houdt het zonlicht tegen en verhindert de zuurstoftoevoer naar het water. De plant bedreigt waterecosystemen, de biodiversiteit, vissen enzovoort.

De verspreiding ervan kan dramatisch zijn, maar dat was zonder de vindingrijkheid van de Brusselse start-up In-Between International en zijn Cynthia-project bekend. Het doel van het project is de hyacint te recupereren en te transformeren in een natuurlijke, milieuvriendelijke vezel door middel van een proces waarmee de vorm en de grootte van het nieuwe

materiaal gemakkelijk gemoduleerd kan worden.

Na verwerking kan de natuurlijke vezel kunststoffen voor eenmalig gebruik, hout of zelfs mijnbouwgrondstoffen vervangen en kan hij worden gebruikt in verschillende bouw- en constructietoepassingen, zoals isolatie en WPC (hout en plastic composiet). Het nieuwe materiaal, dat onuitputtelijk en kosteneffectief is, biedt een aantrekkelijke prijs-kwaliteitverhouding en een veel lagere milieu-impact dan bestaande alternatieve vezels.

België fungeert als onderzoeks- en ontwikkelingscentrum voor de start-up, die een eerste proefeenheid heeft ontwikkeld in de Amerikaanse staat Louisiana. Het Cynthia-project wordt ondersteund en geaccrediteerd door de Solar Impulse Foundation, Wipo en hub.brussels. Om het op grote schaal te kunnen ontwikkelen, wil de start-up 15 miljoen euro ophalen uit privéfondsen en Europese subsidies. **© C.D.**


WINNAAR GROTE BEDRIJVEN: AURUBIS OLEN

Mijn van metalen

De grondstoffenmarkt wordt steeds complexer. Een miljoenen-investering moet de recyclage van koper en nikkel op de Vlaamse sites van Aurubis naar een hoger niveau tillen. De eindproducten zijn zo zuiver dat ze gebruikt kunnen worden voor de productie van elektronica en elektrische voertuigen.

MYRTE DE DECKER

In thuisbatterijen, de nieuwste elektronische snufjes of windmolens: door de energietransitie en de digitalisering is er een grote nood aan kritische grondstoffen zoals koper, tin en nikkel. Die waardevolle metalen kunnen optimaal gerecycleerd en verwerkt worden in de tandemprojecten Advanced Sludge Processing by Aurubis (ASPA) en Bleed treatment Olen Beerse (BOB) van Aurubis Group. Daarmee wint het bedrijf de Trends Impact Awards voor Circulaire Economie bij de grote bedrijven.

De Duitse multinational heeft 103 miljoen euro uitgetrokken om zijn fabrieken in Olen en Beerse te transformeren. BOB en ASPA zijn volledig op maat van Aurubis ontwikkeld, dat gespecialiseerd is in de recyclage van materialen die door hun complexe samenstelling doorgaans als afval worden

beschouwd. Het doel van het bedrijf is de reststromen die niet intern gerecycleerd of extern verkocht konden worden, alsnog een toekomst te geven in de circulaire economie. Met de tandemprojecten kunnen de afvalstromen via een complex verwerkingsproces voortaan intern en op een heel duurzame manier worden gerecycleerd, en de metalen daaruit worden gevaloriseerd. Met ASPA kan Aurubis extra tin en poeder-metallurgisch staal winnen uit anode-slib. Het tin dat Aurubis in Beerse produceert, is heel zuiver en daarom sterk gewenst voor hoogtechnologische elektronica. Dankzij BOB kan de metaalgroep nikkel valoriseren uit fabrieken in Beerse en Olen onder de vorm van NiSO₄. Dat is een basismateriaal voor de productie van hoogperformante batterijen voor onder meer elektrische wagens.



AURUBIS

Wil zijn reststromen alsnog een toekomst geven in de circulaire economie.

BOB en ASPA zijn volledig geïntegreerd in de flow en de strategie van de metaalverwerker, omdat ze interne stromen inzetten en opwaarderen. Aurubis ziet die projecten als essentieel om zijn verdere groei te stimuleren en een pionier te zijn in een vooruitstrevende en duurzame recyclage en productie van metalen in een steeds complexer wordende grondstoffen- en schrootmarkt. De complexe grondstoffen kunnen nadien weer worden ingezet bij de productieprocessen van de metaalverwerker.

Metal valley

De groep wil met de gerecycleerde metalen opnieuw waarde creëren en ze verantwoordelijk inzetten. Gezien de snelle evoluties in digitalisering en elektrische mobiliteit, waarin de metalen onmisbaar zijn, heeft de groeistrategie een grote ecologische en maatschappelijke impact. Door die ingesteldheid wordt de rol van Vlaanderen als 'metal valley' versterkt.

De jury looft Aurubis voor die ambitieuze investering. Het geld wordt ook gebruikt met het oog op toekomstige duurzaamheidsdoelstellingen en gaat verder dan de huidige vereisten. Ze hebben zo goed als geen uitstoot en behalen een hoge energie-efficiëntie. Zo bedraagt de CO₂-voetafdruk van de koperproductie minder dan de helft van het wereldgemiddelde. De metaalverwerker heeft oog voor de noden van de maatschappij en toont een grote ondernemerszin. De keuze van de groep Aurubis om ook in Vlaanderen te blijven investeren, resulteert in ruim vijftig extra banen en biedt jobzekerheid voor het huidige team. Aurubis biedt als werkgever een inkomen aan 1.250 Vlaamse gezinnen. ①

De Duitse multinational heeft 103 miljoen euro uitgetrokken om zijn fabrieken in Olen en Beerse te transformeren.



CIRCULAIRE ECONOMIE

Volgens de Ellen Macarthur Foundation bestaat de circulaire economie uit drie elementen: afval en vervuiling elimineren, producten en materialen hergebruiken en de natuur herstellen. Dat kan inhouden dat hernieuwbare materialen worden gebruikt of dat producten, projecten, diensten, vestigingen of processen worden vernieuwd.

Genomineerden: Aqualex, Aurubis Olen, Circl, Coliseum Construction, Comanso, deSter, Hasa Optix, Hublet, Out of Use, Reazn Belgium, Relieve Group, Reloved, Veolia Group en Yuman Village

FINALIST GROTE BEDRIJVEN: VEOLIA GROUP

Valomet verlegt recyclagegrenzen

Balpennen, kaarten met een elektronische chip of drankblikjes: het is soms moeilijk voor te stellen hoeveel gebruiksvormen een metalen onderdeel bevatten dat – hoe klein ook – hergebruikt kan worden. Veolia kan die ultrafijne non-ferro-metaaldeeltjes scheiden uit het residu dat overblijft na de verwerking van het restafval. Na de standaardprocessen van de afvalverwerker blijft nog een fractie niet-recycleerbare stoffen over. Als die energetisch gevaloriseerd worden, ontstaat een restproduct, bodemas genaamd. In 2019 bouwde Veolia in Gent de verwerkingseenheid Valomet om ook uit die fijne fractie nog aluminium, koper en andere zeldzame en waardevolle metalen te recupereren. Uit 100 ton restafval kan Valomet tot 200 kilogram zuiver

aluminium, 50 kilogram zuiver koper en 210 gram edele metalen terugwinnen. De recuperatie heeft een dubbel gunstig effect: door grondstoffen te recupereren die door alle recyclagestappen en -processen zijn gemist, kan de ontginning van nieuwe grondstoffen worden vermeden, evenals hun energieconsumptie en CO2-uitstoot. Zo streeft Veolia ernaar de grenzen van de recycleerbaarheid van grondstoffen te verleggen en de circulariteit te bevorderen. Bij de opstart kon de Valomet-verwerker 12.000 ton afval aan. Dat is in 2023 gestegen tot 15.000 ton met de mogelijkheid om naar 20.000 ton te gaan. De jury was dan ook erg onder de indruk over de schaalbaarheid van het project. Dat Veolia de technologie wereldwijd wil toepassen op zijn locaties, is een opsteker voor het milieu. **Ⓜ.D.D.**



↑ VEOLIA
Haalt metaal uit restafval.

FINALIST GROTE BEDRIJVEN: DESTER

Wereldklasse in volle vlucht

Soms is hergebruik tot op heden vrijwel onmogelijk, om hygiënische en praktische redenen. DeSter uit Hoogstraten is de wereldleider in tafelferei voor eenmalig gebruik voor de luchtvaart en de horeca. Vooral zijn papieren wegwerpbestek wordt internationaal geroemd. Dat is duurzamer dan houten bestek, laat geen houtsmak achter en vermijdt de kans op houtsplinters. Bovendien is het volledig recycleerbaar of composteerbaar. DeSter heeft de gepatenteerde productietechnologie zelf ontworpen. Daardoor kon het sterk inzetten op lage energienoden. Uit gegevens van het bedrijf blijkt dat bij de productie van het kartonnen bestek 62 procent minder energie wordt verbruikt dan voor plastic bestek, en de koolstofvoetafdruk ligt 85 procent lager. Daardoor

kan het wereldspelers als McDonald's en de luchtvaartmaatschappijen Lufthansa en Virgin Atlantic tot zijn klanten rekenen. DeSter werkt aan de derde generatie van zijn bestek met nieuwe ontwerpen, minder papiergebruik, verdere initiatieven om de uitstoot te verminderen en het ontwikkelt aanvullende producten. Meer groene energie draagt ook bij aan dit project. Om zijn ecologische voetafdruk nog verder te verkleinen, werkt deSter aan een project om het papier met 100 procent hernieuwbare energie te produceren. De jury was gecharmeerd door het doortastende en innovatieve beleid van deSter. Dankzij miljoeneninvesteringen wil het een zo aangenaam mogelijk product creëren, voor de beste mogelijke klantenervaring, met een zo klein mogelijke impact op mens en milieu. **Ⓜ.D.D.**


WINNAAR KMO'S: OUT OF USE

Een tweede leven voor elektronica

Werknemers die hun oude elektronica een tweede leven willen geven, kunnen met die apparaten terecht bij Out of Use. Het familiebedrijf verkoopt de toestellen nadien op zijn webshop om de levensduur ervan te verlengen. MYRTE DE DECKER

Bedrijven hebben tal van laptops, smartphones, tablets en andere elektronica die niet langer gebruikt worden. Dat resulteert in een gigantische hoop ongebruikte en afgedankte toestellen die ergens in een vergeten hoek stof liggen te vangen. Out of Use gaat contracten aan met ondernemingen en koopt die toestellen van hen over om ze, na toestemming, een tweede leven te geven. Het sleept daarmee de Trends Impact Award voor Circulaire Economie bij de kmo's in de wacht.

Het familiebedrijf in Beringen evalueert de elektronica, verwijdert de data die mogelijk nog op het toestel staan en maakt ze nadien klaar voor hergebruik, door ze grondig te reinigen en te inspecteren op kleine technische defecten. De werknemers van de Out of Use-klanten en particulieren kunnen de *refurbished* producten nadien tegen een voordelig tarief aankopen op de webshop Back in Use. Door die afgedankte toestellen opnieuw aan te bieden op de markt, wil het project de levensduur van

elektronica verlengen en bijdragen aan een duurzamer consumptiemodel. De toestellen die niet in aanmerking komen voor hergebruik, worden vakkundig ontmanteld en ontdaan van gevaarlijke stoffen. Die primaire materialen worden nadien gerecycleerd tot secundaire grondstoffen.

Holistische aanpak

Out of Use wil de drempel voor bedrijven om deel te nemen zo laag mogelijk houden. Het wil zijn klanten zo veel mogelijk ontzorgen. Daarom levert Out of Use een totaalservice aan, gaande van de inzameling van de toestellen, over de gegevensvernietiging, koolstofrapportage en het bieden van garanties voor opgeknapte apparaten. Dankzij die holistische aanpak worden zowel economische als milieuvoordelen gerealiseerd.

Door nauw samen te werken met natuurorganisaties zoals Natuurpunt en Natagora draagt het project bovendien bij aan het milieu en de biodiversiteit. Zo heeft de Out of Use-klant ING via het project al meer dan 35.000 vierkante meter natuur gerealiseerd in België.



Out of Use werkt momenteel alleen met Belgische bedrijven, maar ziet wel interesse vanuit onze buurlanden.

Out of Use werkt momenteel alleen met Belgische bedrijven, maar ziet wel interesse vanuit onze buurlanden. De komende tijd wil het bedrijf dan ook een plan van aanpak opstellen om zijn webshop te dupliceren en in andere markten actief te worden.

Het verhaal van de afgedankte toestellen klonk de juryleden bekend in de oren. We leven in een maatschappij waar smartphones en tablets worden ingeruild zodra een nieuwer model op de markt komt. Out of Use biedt een totaaloplossing, zowel voor de circulaire economie als om elektronica voor iedereen betaalbaar te maken. Door samen te werken met lokale sociale organisaties en natuurorganisaties voldoet het familiebedrijf aan heel wat ESG-duurzaamheidsdoelstellingen. Daarom werd het ook genomineerd voor de Trends Global Impact Award bij de kmo's. ①

➔ **MARK EN YANNICK ADRIAENSSENS**
 Out of Use wil de drempel voor bedrijven om deel te nemen zo laag mogelijk houden.





↑ **CIRCULAIR BOUWEN**
Het ontwerp van elke
circulaire woning is uniek.

FINALIST KMO'S: CIRCL

Een circulair huis in 6 weken

De eigen woning is voor de Belg nog altijd de belangrijkste belegging als appeltje voor de dorst. Alleen heeft die droom een grote impact op het klimaat. De bouwsector is verantwoordelijk voor 40 procent van onze collectieve CO₂-uitstoot, 50 procent van de energieconsumptie en een derde van het waterverbruik. Daarom wil Circl onze manier van bouwen volledig veranderen. Het bedrijf bouwt circulaire sleutel-op-de-deur-woningen tegen marktconforme prijzen voor het grote publiek. Het maakt maximaal gebruik van biogebaseerde en gerecycleerde materialen, energiezuinige technieken en grondige isolatie. Daarvoor ontwikkelde Circl een gestandaardiseerd, duurzaam bouwstelsel en software voor het digitale ontwerp van de woningen. Toch levert dat geen resem identiek dezelfde woningen op. Volgens CEO Wim Pieters is het ontwerp van elke circulaire

woning uniek en voldoet het aan de wensen van elke klant. Het eigen platform vormt bovendien meteen ook een brug tussen de aannemer en de klant. Circl begeleidt de klant tijdens het volledige bouwproces: van het ontwerp tot en met de oplevering van de woning, zes weken na de start van het bouwproces. Circl werd in 2023 opgericht met financiering van het bouwbedrijf Van Hout, dat een onderdeel is van de Besix-groep. Het bedrijf is ontstaan na een onderzoeksfase in samenwerking met de KU Leuven, Buildwise, de sectorvereniging Ebuild, Kamp C en buitenlandse universiteiten. Sindsdien heeft het veertig woningen opgeleverd. Dat moeten er op termijn honderd per jaar worden. De juryleden waren erg onder de indruk van de modulaire mogelijkheden en het energiezuinige aanbod van Circl, en van de snelheid en schaalbaarheid van deze manier van bouwen. **Ⓜ.D.D.**

FINALIST KMO'S: RELIEVE GROUP

Marktplaats voor kantoormeubilair

In Europa worden jaarlijks 42 miljoen stuks kantoormeubilair bij het grof huisvuil gezet. Amper 4 procent daarvan wordt gerecycleerd of opnieuw gebruikt. Al de rest belandt op stortplaatsen of wordt verbrand, waardoor kantoormeubilair een groot probleem vormt voor het milieu en het klimaat.

Dankzij Relieve Group krijgen die afgedankte bureaustoelen, kasten en andere items alsnog een tweede leven. Via het platform kunnen deelnemende bedrijven hun overtollige producten aanbieden aan particulieren, ondernemingen en co-working-ruimtes die op zoek zijn naar tweedehands meubilair. Het bedrijf probeert de CO₂-uitstoot zo klein mogelijk te houden, door het meubilair in eerste instantie bij zijn klanten te laten staan en zo te vermijden dat de items onnodig worden verhuurd naar een tijdelijke opslagplaats.

Hoewel kantoormeubilair een nichesector is, heeft Relieve zich al als referentiespeler kunnen profileren, dankzij zijn *first mover*-voordeel. Daardoor bevat de Relieve-marktplaats al meer dan 6.000 zorgvuldig geselecteerde artikelen, waarvan 2.200 ondergebracht zijn in het eigen magazijn in Beersel. Een showroom in het centrum van Brussel dient als een levendige etalage voor klanten om een deel van het aanbod te verkennen. De voorbije jaren is het tweedehandsplatform erin geslaagd tientallen donoren en honderden klanten met elkaar te matchen. Bovendien is het businessmodel zo ontwikkeld dat het gekopieerd kan worden naar buitenlandse markten. Het platform heeft dan ook plannen om uit te breiden naar Nederland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk tegen eind 2024, gevolgd door Duitsland, Italië en Spanje in 2025-2026. **Ⓜ.D.D.**



➔ **RELIEVE GROUP**
Afgedankte bureaustoelen en kasten krijgen een tweede leven.

GETTY


WINNAAR: GIVE A DAY

Betrokken burgers samenbrengen

Met zijn digitaal platform vergemakkelijkt Give a Day de contacten tussen burgers, bedrijven en verenigingen. Het wil tegen 2030 een half miljoen burgers in België mobiliseren om concrete sociale acties te ondernemen. CHRISTOPHE CHARLOT

De betrokkenheid, de tevredenheid en het welzijn van werknemers versterken door sociale actie en vrijwilligerswerk. Dat is een van de belangrijkste doelstellingen van Give a Day, dat een blijvende band wil creëren tussen burgers, bedrijven en vrijwilligersorganisaties door middel van een digitaal platform dat mensen met elkaar in contact brengt om vrijwilligerswerk te doen. Daarmee wint Give a Day de Trends Impact Award voor Welzijn. Praktisch gezien is Give a Day een Software-as-a-Service (SaaS) die het zoeken en organiseren van vrijwilligersprojecten vereenvoudigt. “We hebben een matchingplatform

gecreëerd dat het aanbod van vrijwilligers koppelt aan de projecten en behoeften van verenigingen”, legt Mathieu Jacobs, de voorzitter van Give a Day, uit. “We werken samen met lokale overheden om speciale platforms te creëren en met bedrijven en scholen om een wereldwijd ecosysteem te creëren.” Naast het matching-platform biedt Give a Day diensten, workshops en digitale tools. Dankzij dit initiatief kunnen verenigingen vrijwilligers vinden om bijvoorbeeld kerstcadeautjes in te pakken voor kindercentra, opruimdagen te organiseren, bomen te planten, enzovoort. Het platform is er niet alleen voor individuen. Bedrijven

worden ook aangemoedigd deel te nemen, als onderdeel van hun beleid voor maatschappelijk verantwoord ondernemen, door middel van impactdagen, teambuilding en bedrijfsvrijwilligerswerk. Give A Day heeft enkele grote namen onder zijn gebruikers, zoals NBB, DKV, Danone, Sanofi, NN, Abbvie, Vivium en Start-it @ KBC.

130.000 burgers

Volgens de initiatiefnemers van het project “is aangetoond dat bedrijfsvrijwilligerswerk goed is voor het welzijn van werknemers, hun betrokkenheid bij het bedrijf en de maatschappij, de ontwikkeling van hun zachte vaardigheden en hun sociale netwerk, evenals de integratie in interne teams. Concrete betrokkenheid heeft heel wat voordelen”.

📌 GIVE A DAY

Het platform brengt mensen met elkaar in contact om vrijwilligerswerk te doen.



En het is duidelijk dat Give A Day al een echte impact heeft. Tegen 2023 had Give a Day al meer dan 130.000 burgers gemobiliseerd en werkte het samen met meer dan 10.000 verenigingen. Het platform blijft zich ontwikkelen, met als doel in 2030 een half miljoen burgers te bereiken. Daarvoor rekent het bedrijf niet alleen op de particuliere sector, maar ook op scholen en overheden. Verenigingen profiteren van dit ecosysteem zonder extra kosten te hoeven dragen, aangezien die worden gedekt door de structurele overheidspartners en de bedrijven. 📌



Verenigingen kunnen vrijwilligers vinden om kerstcadeautjes in te pakken voor kindercentra, opruimdagen te organiseren of bomen te planten.

WELZIJN

De post-pandemische explosie van welzijnsinitiatieven heeft aangetoond dat een eenzijdige benadering het welzijn van mensen niet noodzakelijk verbetert. Wij zoeken projecten die de gedeelde verantwoordelijkheid van de werkgever en de werknemer erkennen en ertoe bijdragen dat mensen gezonder kunnen leven, zinvol werk hebben en zich gelukkig, gestimuleerd en verbonden voelen.

Genomineerden: Biologique Recherche, ESGlogic, Give a Day, Luminus (genomineerd voor de Trends Global Impact Award bij de grote bedrijven), Merciki, Natorea, RGF Staffing Belgium, SOS Burn-out Belgique en Waystobe

FINALIST: MERCIKI

Betere banden tussen werknemers

In grote bedrijven praten mensen niet meer met elkaar of kennen ze elkaar niet eens. Met dat trieste feit in het achterhoofd kwam het Merciki-team met een origineel initiatief. Naast het platform voor het uitwisselen van goederen en diensten heeft de start-up Kommunity gelanceerd, een privéversie van het platform gericht op bedrijven. Het doel is de menselijke banden te versterken en tegelijkertijd duurzaamheid te bevorderen.

Hoe doet het dat? Door werknemers samen te laten komen in een veilige ruimte om tweedehands goederen uit te wisselen, diensten zoals autodelen te delen en uitdagingen op het gebied van milieu-impact aan te gaan. “Het is een geweldige manier om mensen te ontmoeten, om erachter te komen dat iemand die je niet kent dezelfde sport beoefent”, vertelt Johan Corsini, de oprichter

van Merciki. “Het bevordert het welzijn en het samenhorigheidsgevoel op kantoor.” Hij voegt eraan toe dat Kommunity met dit project zijn ecologische voetafdruk verkleint door tweedehands goederen te hergebruiken, te verkopen en te ruilen. Met klanten zoals Proximus en het Universitair Ziekenhuis Sint-Lucus heeft het privéplatform zijn doeltreffendheid al bewezen. Door doelstellingen voor duurzame ontwikkeling te integreren, draagt Kommunity bij tot een verantwoordelijke consumptie en versterkt het tegelijkertijd de cohesie in het team. Zonder externe investeerders heeft Kommunity al het vertrouwen gewonnen van meer dan 20.000 actieve gebruikers in België. Er werden al 5.000 goederen uitgewisseld en 10.000 werknemers hebben deelgenomen aan activiteiten die op Kommunity werden gecreëerd. **© C.C.**

FINALIST: RGF STAFFING BELGIUM

Voor evenwichtige werknemers

RGF Staffing Belgium, een belangrijke speler in werving en talentmanagement, stelt het welzijn van zijn werknemers centraal in zijn strategie. Het initiatief MindBodyBalance heeft als doel het mentale en fysieke welzijn van zijn teams in balans te brengen. Het bedrijf is zich ervan bewust dat gezondheid en geluk essentieel zijn voor een productieve en harmonieuze werkomgeving en heeft daarom een reeks programma's en middelen ontwikkeld om zijn werknemers zowel persoonlijk als professioneel te ondersteunen. Het gaat om flexibele werktijden, welzijnswerkshops en professionele ontwikkelingsessies. Psychologische ondersteuning staat ook centraal, met mogelijkheden voor individuele begeleiding en groepsactiviteiten gericht op welzijn.

Dit project, dat wordt gesteund door het management van het bedrijf, loopt al een aantal jaren en maakt deel uit van een streven naar een voortdurende verbetering, met als langetermijndoel het creëren van een duurzame bedrijfscultuur waarin gezondheid en geluk prioriteiten zijn. Door zijn werknemers te ondersteunen, verbetert RGF Staffing ook de klanttevredenheid, terwijl het bijdraagt aan het welzijn van de bredere gemeenschap. Die geïntegreerde aanpak heeft het bedrijf een aantal certificeringen en prijzen opgeleverd, waaronder 'Great Place to Work' en 'Top Employer'. Hoewel de acties misschien niet veel origineler lijken dan die van andere bedrijven, waardeerde de jury de oprechte betrokkenheid van het bedrijf en de globale visie op het welzijn van zijn teams. **© C.C.**



RGF STAFFING
Door zijn werknemers te ondersteunen, verbetert het ook de klanttevredenheid.



ANNE SNICK

Vooruit met de circulariteit

In zijn jaarrapport 2024 maakte het Circularity Gap Reporting Initiative de stand op van het circulaire gebruik van materialen. De voorbije vijf jaar, zo blijkt, is het aantal debatten en publicaties over de circulaire economie verdrievoudigd, maar zakte het aandeel van de secundaire materialen van 9,1 naar 7,2 procent. Meer geblaat dan wol dus. Dat is slecht nieuws, want materialen spelen een sleutelrol in ons voortbestaan. Primaire grondstoffen ontginnen en verwerken veroorzaakt vervuiling, klimaatverandering en biodiversiteitsverlies. De energietransitie vergt dan weer massa's materialen, waaronder *critical raw materials* (CRM), stoffen die niet hernieuwbaar én schaars zijn. Energie van zon en wind is onuitputtelijk, de materialen om die te capteren en te stockeren niet. Windmolens en zonnepanelen moet je geregeld vervangen, wat een continue vraag aan eindige stoffen creëert. Een catch-22 dus, en alleen circulariteit kan ons redden. Waarom lukt het dan niet?

Begin dit jaar werd in het Europees Parlement de Systems Transformation Hub (STH) gelanceerd. Ook de CRM-crisis werd er besproken. Het probleem is dat de economie meer materialen consumeert dan recycleert: de vraag overtreft het aanbod. Met secundaire materialen kun je alleen aan de vraag voldoen zolang die constant blijft, en je dus niet méér grondstoffen eist dan er in omloop zijn. Maar dat blokkeert de zo urgente energietransitie. Het is alsof je roeiend op een kolkende rivier een aanmeerplek wilt bereiken en stroomopwaarts peddelt: het schiet niet op. Ondanks jarenlange inspanningen boert de circulariteit achteruit.

Op de STH-lancering werden drie strategieën voorgesteld om vraag en aanbod beter op elkaar af te stemmen. De eerste is het aanbod te verhogen door meer mijnbouw. De tweede doet de vraag naar primaire grondstoffen dalen door verder op efficiëntie te mikken en materiaaltringen te sluiten – meer circulaire economie dus. Maar gezien het geringe succes tot dusver, verwachten experts daar niet veel van. De derde strategie bestaat erin de vraag te verminderen door menselijke behoeften te optimaliseren. Dat houdt in dat je noden zo invult dat je ze met minder materialen kunt voldoen. Voor transport bijvoorbeeld valt gigantische

materiaalwinst te boeken met collectieve vervoersmiddelen (openbaar en deelvervoer) en actieve mobiliteit (stappen, steppen, fietsen). Het International Resource Panel berekende dat je zo 30 procent méér materialen kunt besparen tegen 2060 dan met de efficiëntiestrategie. Strategie drie komt als winnaar uit de bus.

Even resumeren. Strategie één laat de circulariteit los. Strategie drie zet in op publieke diensten, deelinitiatieven en spierkracht, en is zo briljant dat je je afvraagt waarom daar niet eerder aan is gedacht. Van strategie twee, de gangbare circulaire economie, verwacht de STH niet veel heil – die roeit toch maar tegen de stroom op. Maar wacht even: waarom peddelt die de foute kant op? Simpel: klassieke economen en financiers houden koppig vast aan het idee dat de economie eeuwig moet groeien, ook al jaagt dat de mensheid naar de afgrond. Maar zodra je iets met 10 procent minder materialen maakt en er 20 procent meer van verkoopt, stijgt je voetafdruk: weg circulariteit. Dát is de averechtse onderstroom.



Zodra je iets met 10 procent minder materialen maakt en er 20 procent meer van verkoopt, stijgt je voetafdruk.

Vandaag stemmen veel organisaties hun missie en bedrijfsmodel af op duurzaam (over)leven. Sociaal innovatieve ondernemers, *place-based* en *impact investors*, ethische banken en *steward-owned* bedrijven, het barst er van de ideeën over hoe je positieve impact economisch vorm kunt geven en duurzaam waarde kunt creëren. Laat het beleid een context creëren waarin dat soort innovatie voluit kan gaan en circulariteit de hoofdstroom wordt. Ik geef strategie twee nog een kans.



DE AUTEUR IS SYSTEEMDENKER EN LID VAN DE DENKTANK CLUB VAN ROME

We dare
to dream

big

Do
you?



Unlock your full potential with our top-notch
educational programs for professionals.
Scan the QR and find out more!

www.antwerpmanagementschool.be

AMS



Make your actions count.
With solutions that
are pragmatic, impactful
and sustainable.



We're reaching a tipping point for the environment and for society. By reconfiguring their strategy and operations, companies can not only secure their profitability and remain competitive, but also play their role in protecting our world. Via our unique ESG Platform, we help clients build future-proof, sustainable and compliant businesses.



www.pwc.be/sustainability