



Crisis versnelt trend naar circulariteit

Zes op de tien bedrijfsleiders denken dat de coronacrisis de omschakeling naar een circulaire economie zal versnellen. Een grote meerderheid noemt duurzaamheid het nieuwe normaal. En wat daarbij opvalt: ruim acht op de tien bedrijfsleiders noemen thuiswerk een belangrijke hefboom voor duurzaam ondernemen.

Dat zijn de opvallendste conclusies uit een onderzoek van ETION en hr-dienstenbedrijf ACERTA. Bijna zes op de tien (59,1%) bedrijfsleiders gaan ervan uit dat corona de omschakeling naar een circulaire economie een fikse duw in de rug zal geven. Voor 85,5% wordt duurzaam omgaan met grondstoffen, materialen en hulpbronnen het nieuwe normaal.

Geert Janssens, hoofdeconoom bij ETION, omschrijft de circulaire economie als het streven naar een economie zonder afval, zowel van grondstoffen als van energie. “En de crisis stelt de uitdagingen van onze geglobaliseerde consumptie-economie rond grondstoffen en energie net heel scherp.”

Telewerk als hefboom

Circulair ondernemen gaat niet alleen over afval en verlies van grondstoffen en energie vermijden. Voor bedrijfsleiders zijn digitale communicatie via telewerk en op afstand vergaderen de tweede belangrijkste hefboom naar duurzaam en circulair ondernemen. Aangezien de coronacrisis heeft aangetoond dat thuiswerk goed kan zijn voor het klimaat en de productiviteit van bedrijven, wordt thuiswerk de nieuwe norm binnen een duurzame bedrijfsvoering, zo stellen ACERTA en ETION.

Tom Vlieghe, Director van het Talent Center van Acerta: “We merken in de praktijk dat duurzaam ondernemen voor bedrijven steeds belangrijker wordt om de beste mensen te kunnen aantrekken.” Hij ziet ook hoe bijna zes op de tien respondenten in het onderzoek aangeven dat sollicitanten steeds nadrukkelijker vragen naar de bedrijfsvisie over duurzaamheid en circulariteit. “In een arbeidsmarkt die voor heel wat technische en hooggeschoolde beroepsprofielen krap blijft — ook in coronatijden — creëert circulariteit dus ook daar opportuniteiten”, zo concludeert Tom Vlieghe.

“Ook talent is schaars en dus moeten we er duurzaam mee omspringen.”
(Tom Vlieghe)

Talent ‘herwinnen’

Er moet dus ook nagedacht worden over circulariteit inzake talent dat je kan ‘herwinnen’ door het intern anders in te zetten of te delen met een andere organisatie waar het zich beter kan ontwikkelen. Tom Vlieghe: “Ook initiatieven rond mobiliteit moeten we toejuichen.”

Zo wordt circulariteit ook een hr-thema, namelijk door de manier waarop we kijken naar talent. “Ook talent is schaars en dus moeten we er duurzaam mee omspringen. Vaak denken organisaties nog in hokjes waarin we talent willen



Patrick O (algemeen directeur van Viessmann Belgium)

proppen, in plaats van te focussen op hoe ieders talent kan bijdragen tot het geheel. Lang leve de nieuwe circulaire loopbaan, waar we samen talent weten te herwinnen, zowel binnen de huidige organisatie als daarbuiten.”

Metten

Ondernemingen hebben vandaag de dag nog te weinig objectieve instrumenten om te meten wat circulair ondernemen opbrengt. Welke opportuniteiten creëert circulariteit? Welke winst kunnen we boeken? Dat meten is voor 81% van de respondenten obstakel nummer één.

Nochtans ziet Geert Janssens hoe die meetinstrumenten meer en meer ingeburgerd raken. “Het zijn middelen om concullega’s, leveranciers en klanten in de sector te overtuigen om dezelfde weg op te gaan. Want ook daar liggen grote obstakels. Het wordt interessant wanneer men niet alleen kijkt naar de kosten, maar ook naar het bredere plaatje van opbrengsten zoals markt-opportunities en medewerkersmotivatie.”

Heat as a service

De bevraging kwam uiteraard ook aan bod op het ETION Forum ‘Closing the Circle’. Thomas Rau gaf er een keynote over zijn specifieke visie op het fenomeen circulariteit (zie p. 10). Aanslui-

tend liet ETION een paar ondernemers reageren op de keynote en de bevraging. In zijn keynote verwees Thomas Rau naar Schiphol dat niet langer lampen bestelde bij een leverancier, maar ‘licht’. Hoe die leverancier daarvoor zorgde, was zijn probleem. De luchthaven betaalt enkel voor ‘licht’. *Light as a service* zeg maar.

Panelid Patrick O keek helemaal niet verbaasd. Voor de algemeen directeur van Viessmann Belgium is het concept ‘heat as a service’ ook al een realiteit. “Er zijn al particulieren en bedrijven die installaties leasen. Mensen willen dan pakweg 21 graden in hun woonkamer en wij zorgen ervoor dat alles goed werkt en we doen dat uiteraard zo zuinig mogelijk”, zo stelde hij. Al blijft het een traject dat nog niet ten einde is. “We zijn begonnen in de jaren ’70 met zuinigere condensatieketels en dergelijke. Sinds Kyoto kwam CO2 fel in de aandacht. Vandaag werd *heat as a service* een item.”

Koffie

In het panel zat naast Patrick O ook Gert Linthout, co-oprichter van Ray & Jules, een start-up die als eerste wereldwijd koffie roostert op zonne-energie. Zij willen de koffiesector 100% CO2-vrij maken. De naam Ray & Jules is dan ook een woordspelletje op de ray van zonnestraal en op de joule als eenheid van elektriciteit. Het verhaal van Ray & Jules begon immers bij een nieuwe technologie op zonne-energie en dat is best wel belangrijk, want jaarlijks komt 15 miljoen ton CO2 vrij bij het roosteren van koffie met fossiele brandstoffen, zo stelde Gert Linthout.

Ray & Jules vond de specifieke technologie voor het roosteren bij hun zusterbedrijf CEE (Creative, Economical and Environmental experts in energy efficiency). “Die hadden de ingeving om te analyseren in welke sector je meteen het grootste verschil kon maken en kruisten dit met de producten waar we het meest van houden. We kwamen uit bij koffie”, zo vertelt Gert Linthout. Maar voor Ray & Jules is technologie slechts

een aanjager om een evolutie in gang te zetten. “Ons echte einddoel is *carbon capturing coffee* te maken.”

Corona als stimulerende factor

Om te begrijpen wat het verband is tussen de consumptie van koffie en CO2 uit de lucht, moet je naar de hele keten kijken, zo redeneert Gert Linthout. Dan gaat het ook om aspecten als koffiegruis hergebruiken, de koffiebes — goed voor 75 procent van de massa van de plant — inzetten als meststof, of nieuwe manieren van aanplanten, enz. Het mag duidelijk zijn dat dat een oefening is met partners.

Wat moderator Xavier Taveirne de bedenking ontlokte dat Ray & Jules evengoed meteen de sector had kunnen sensibiliseren, in plaats van zelf ook nog eens koffie te gaan branden en vermarkten? Gert Linthout ziet dat niet gebeuren, want “traditionele sectoren schakelen niet zo snel. De koffie is een conservatieve sector, zo bleek uit gesprekken met producenten in de



Gert Linthout (co-oprichter van Ray & Jules)

koffiesector. Klanten zouden niet geïnteresseerd zijn, dus veranderden zij zelf ook niets. “De meesten kiezen ervoor om de oude technologie te optimaliseren”, zo bedenkt Gert Linthout. “Vandaar ons nieuwe initiatief, geïnspireerd door het geloof dat het effectief de koffiedrinker is die de koffiesector zal veranderen.”

En dat lukte vrij goed. “Voor ons was corona daar een stimulerende factor, hoe vreemd het ook mag klinken. Voor de crisis waren we overwegend actief in kantooromgevingen, tijdens corona gingen we meer inzetten op de

zeker geen ongelijk, al zou je kunnen denken dat het ruim honderd jaar oude Viessmann een gevestigde speler is. Oud dus, maar niet conservatief, zo blijkt. “Duurzaamheid zit in de missie en de strategie van CEO Max Viessmann,

Ook Patrick O merkt enig effect van de coronacrisis. “Mensen bleven meer thuis. Het staycationeffect vestigde meer de aandacht op warmte en koelte thuis. Binnenkort starten we ook met een batterijenservice, die daar ook een rol in kan spelen.”

“Duurzame bedrijven hebben méér wind in de zeilen dan bedrijven die dat niet zijn.” (Gert Linthout)

thuismarkt en dat gaf op een bepaald moment een omzetstijging met factoren. We zijn nu nog drie tot vier keer groter dan voor corona. Iedereen moest bijspringen, maar in een start-up (gesticht in 2017) is dat geen probleem. Ik geef hier graag mee als boodschap: duurzame bedrijven hebben méér wind in de zeilen dan bedrijven die dat niet zijn.”

Grondstoffen inventariseren

Zijn panelgenoot Patrick O gaf hem

de derde generatie in het familiebedrijf. Duitsland kent ook een specifieke omgeving met veel verwarming vanuit grotere centrales”, zo schetst Patrick O. “Op een bepaald moment zagen we ook in België een opportuniteit om te starten met *heat as a service*. Na tests en aanpassingen aan het businessmodel zijn we nu klaar om het uit te rollen voor heel België. We bespreken dat nu met onze partners-installateurs. Neen, die boodschap is niet evident, maar we geloven dat het een groeimarkt wordt.”

En verwijzend naar het circulariteitsdenken van Thomas Rau, stelt Patrick O dat Viessmann vandaag al alle grondstoffen en producten merkt en inventariseert. Qua grondstoffen gaat het om herbruikbaarheid. Voor aardgas en stookolie gaat het vooral nog om vermijden, maar “Viessmann is de grootste producent wereldwijd van zonnecollectoren, maar ook een actor op het vlak van fotovoltaïsche panelen”, zo geeft Patrick O nog mee.

Tekst: Jo Cobbaut | Foto's: Johan Martens | Illustratie: Shutterstock

Blankedale

UW VERPAKKINGSWERK IN GOEDE HANDEN!

Blankedale vzw is een **maatwerkbedrijf** te Tienen, met 850 werknemers in dienst. Onze corebusiness is **co-packing (frozen/chilled/ambient food & non-food)**. Kwaliteit is verzekerd door **ISO 9001, BRC (AA) en BIO** wat voeding betreft.

Al onze medewerkers volgen bij de start van hun loopbaan een heel opleidingstraject (hygiëne, kwaliteit, technische vaardigheden...). Iedereen werkt op een kwaliteitsvolle en voedselveilige manier maakt integraal deel uit van dit opleidingstraject zodat kwaliteit en voedselveiligheid een echte reflex worden.

Ruim 30 jaar werken onze professionele teams ook ter plaatse in bedrijven.



INTERESSE OF VRAGEN?
WIJ DENKEN GRAAG MET U MEE!

www.blankedale.be
sales@blankedale.be
016/80 46 46

