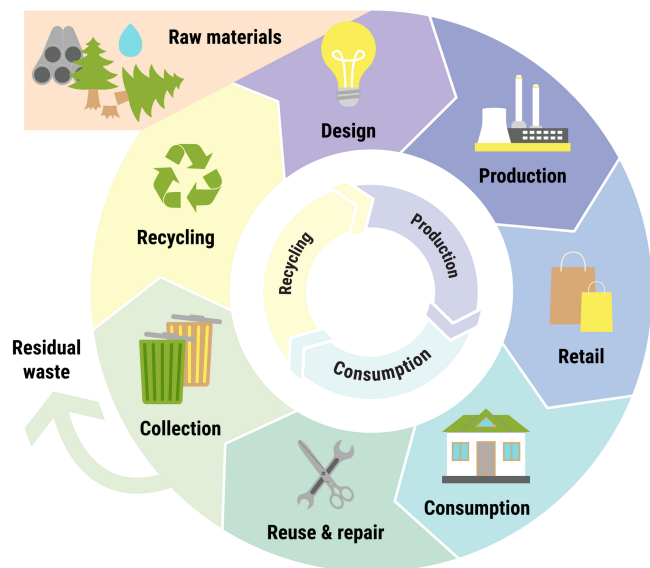


CIRCULAR ECONOMY



Welke Businessmodel-patronen
dragen bij tot de succesvolle
implementatie van een **Circulair
Businessmodel?**

binnen voedings- en bouwsector

INHOUD

0 2

NIEUWE
BUSINESSMODELLEN
VOOR CIRCULAIRE
ECONOMIE

0 3

STATISTIEKEN

0 4

10 LEERLESSEN

0 5

INSPIRATIE

BUSINESS- EN VERDIENMODELLEN BINNEN DE CIRCULAIRE ECONOMIE

SIMON VAN BEVEREN - VERONIQUE VERMOESEN - ANNELIES VERRYCKEN

NIEUWE BUSINESSMODELLEN VOOR CIRCULAIRE ECONOMIE

"In de natuur bestaat geen afval"

Bron: Eeuwige winst D. Pierre & G. Magiels

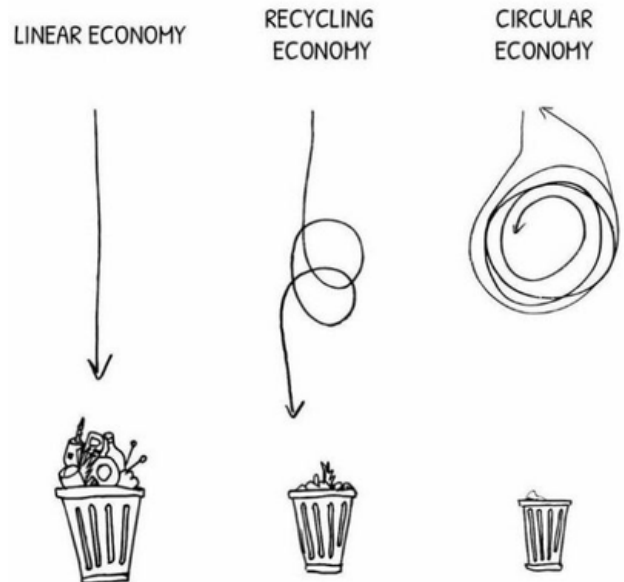
We leven in een wegwerpsamenleving waarin primaire grondstoffen ontgonnen en verwerkt worden tot materialen bestemd voor productie van gebruiksvoorwerpen. De producten worden verkocht aan de consument en na het gebruik ervan worden ze weggegooid. Deze lineaire economie zorgt voor grote problemen zoals bijvoorbeeld klimaatopwarming, de wereldwijde afvalproblematiek, geopolitieke spanningen en grondstoffenschaarste. Om dit op te lossen moeten grondstoffen en producten zo lang mogelijk in de economische cyclus blijven mét maximaal waardebehoud en zo weinig mogelijk afval. Dit kan door maximaal te hergebruiken, te herstellen, te delen, te herbestemmen, ... en in laatste instantie te recyclen.

We moeten daarvoor de transitie maken naar een nieuw economisch systeem: de circulaire economie.

Dit nieuw economisch systeem vereist een nieuwe manier van werken en dus nieuwe businessmodellen met nieuwe waardeproposities en met product design dat duurzaamheid en demonteerbaarheid voorop stelt. Nieuwe verdienmodellen, nieuwe samenwerkingsverbanden en nieuwe ketens.

"Afval is gewoon een slecht ontwerp"

P. V. Facadeclick



Bron: Vlaanderen Circulair

Circulaire businessmodellen zijn zeer gelijkaardig aan lineaire businessmodellen. Beide modellen hebben namelijk tot doel om waarde te creëren voor klanten. Circulaire businessmodellen leggen echter veel meer nadruk op het sluiten van de materialenkringloop door een aangepast product design te hanteren en het toepassen van circulaire strategieën zoals hergebruik, herstellen, herbestemmen, delen, verdienstelijking, recyclen, ...

Daarnaast vereist een circulair business model een intensere samenwerking tussen verschillende partijen om bijvoorbeeld retourstromen te organiseren, om een nuttige bestemming te vinden voor nevenstromen of om partners binnen én buiten de eigen waardeketen bewust te maken.

STATISTIEKEN

op basis van 30 diepte-interviews

AFVAL

33%

van de bedrijven hergebruikt afval binnen de onderneming en 23% verkoopt afval voor **hergebruik** aan een ander bedrijf. 20% wint energie uit afval.

GRONDSTOFFEN

74%

van de **bouwbedrijven** gebruikt in meer of mindere mate **nevenstromen** als grondstof. Het kan gaan om eigen productieafval, om nevenstromen van andere bedrijven of om recuperatiemateriaal uit sloopwerven.

WAARDECREATIE

84%

van de **bouwbedrijven** creëert waarde door het leveren van een extra dienst*, gaande van een onderhoudscontract, opleiding, verhuur en lease tot het ter beschikking stellen van het product zonder dat er eigendomsoverdracht plaatsvindt.

WAARDECREATIE

82%

van de **voedingsbedrijven** gebruikt branding/storytelling voor het creëren van waarde.

*onze focus lag op verdienstelijgingsmodellen, dus % is een overschatting.

Veel circulaire **bouwbedrijven** zetten in op een daling van het gebruik van primaire grondstoffen (74%). Nog maar weinig bedrijven sluiten de materialenkringloop door producten als dienst te verkopen zodat eigenaarschap én verantwoordelijkheid bij de leverancier ligt (verdienstelijgingsmodel).

10 LEERLESSEN

1 De rol van de overheid in de transitie naar een circulaire economie is niet te onderschatten, maar is vandaag dubbel. Enerzijds moeten/kunnen/willen de verschillende overheden fungeren als motivator, initiator en facilitator. Anderzijds vormt regelgeving en samenwerking met de overheid bij ongeveer de helft van de geïnterviewde bedrijven expliciet een belemmering voor de ontwikkeling van de circulaire activiteit.

2 Aangepast product design (bv. schroeven in plaats van lijmen) om zo een onderdeel gemakkelijk te kunnen vervangen is essentieel. Indien hier geen rekening mee gehouden wordt, kunnen materialen hoogstens nog dienen voor recyclage tot een minderwaardig product.

3 Grote bedrijven 'verduurzamen' stap voor stap en zijn minder wendbaar dan start-ups met innovatieve circulaire strategieën. Geen enkel bedrijf is perfect circulair. Elk bedrijf legt een focus op één bepaalde strategie.

4 Samenwerking tussen partners blijkt absoluut cruciaal binnen de circulaire economie. Het kan hier gaan over samenwerking rond het gebruik van nevenstromen of samenwerking met sociale economiebedrijven of samenwerken met partners om zo een volledige keten vorm te geven. Het kan ook gaan over delen van digitale platforms, over financiering of gewoon al om mogelijke partners bewust te maken van mogelijkheden.

5 Circulariteit moet gedragen worden vanuit heel de organisatie. Neuzen moeten in dezelfde richting staan, anders werkt het niet.

6 Overheden en wetgever richten de blik richting circulaire economie. Bedrijven kunnen dus maar beter futureproof ageren en nu al op de kar springen of zullen binnen afzienbare tijd achterop lopen.

7 Een neutrale open source materialen- en grondstoffendatabase is een noodzaak.

Door koppeling van vraag en aanbod wordt de kost voor het aanleggen van voorraden vermeden. Materialenkennis (gecapteerd in software via hergebruikinventarissen) en beschikbaarheidsdatums zijn dan ook cruciaal. BIM (building information modelling) helpt hierbij.

8 Prijs is steeds een incentive om verandering te bekomen.

9 De circulaire eigenschappen van producten zijn een meerwaarde voor de klant, maar het is toch vooral belangrijk dat het product als heel kwalitatief of als een **kostenefficiënte oplossing** wordt aanzien.

10 Verdienstelijkingsmodellen (waarbij toegang verleend wordt tot een product/dienst, maar waarbij het eigendomsrecht bij de fabrikant blijft) is een relatief onontgonnen terrein. Dit businessmodel is een zakelijke opportuniteit en versnelt de transitie naar een volledig circulaire economie.

INSPIRATIE



BELUISTER DE WEBINAR met Circulair ondernemers Adriaan Debruyne van Material Mastery en Salomé Verduyckt van Nana Café.
[Klik hier](#)

"We denken eraan om statiegeld te gaan heffen op onze bouwmaterialen aangezien ze perfect herbruikbaar zijn."

Antwoord op onderzoeksvraag

J.B. Beneens

De essentiële bouwblokken van een businessmodel blijven ook binnen een circulaire economie belangrijk: waarde creëren voor klanten (*denk bijvoorbeeld aan gebruiksgemak, prijs, kwaliteit, extra aangeboden diensten, branding, ...*), klanten(groepen) identificeren, communicatiekanalen bepalen, geschikt verdienmodel kiezen, ...

Om te kunnen spreken van een circulair businessmodel, moet vertrokken worden vanuit **ecodesign** en moeten **circulaire strategieën** (zoals hergebruiken en herstellen) gebruikt worden. **Intensieve samenwerking** met klanten en leveranciers (*eigen waardeketen*) of out of the box samenwerkingsverbanden (*buiten waardeketen*) zijn essentieel om succesvol te zijn. Louter een circulaire strategie verkopen, is geen goed idee. Die strategie moet deel uitmaken van een ruimer businessmodel.

"Er zijn heel veel mogelijkheden en opportuniteiten in de circulaire economie en niemand kan het alleen. Het is daarom in deze fase van de transitie beter om samen te werken i.p.v. om elkaar te beconcurreren."

Labeur