

Naar een circulaire maakindustrie

02 juni 2021, 02:00

Thomas Vandenhaute

De toegang tot materialen en grondstoffen, maar ook het klimaat zijn belangrijke redenen waarom circulariteit bij maakbedrijven hoog op de agenda zou moeten staan. Twee zaken zijn vitaal bij bedrijven in de maakindustrie die de overgang richting een circulaire economie willen maken: samenwerking en vertrouwen.

Sinds kort kunt u op de website van VLAIO uw inzichten rond CE aanscherpen: in dat artikel gaan we uitgebreid in op **hoe werken aan meer circulariteit echt bijdraagt tot de veerkracht en weerbaarheid van maakbedrijven**.

Zowel grondstofprijzen als levertermijnen gaan de hoogte in. Bedrijven die inzetten op circulariteit hebben meer flexibiliteit en zijn veerkrachtiger om met dit type crises om te gaan Ook het klimaat is een belangrijke drijfveer: de impact van materialengebruik op emissies wordt vaak onderschat. Er is enorm veel energie nodig om bijvoorbeeld een gietstuk te maken. We kunnen de CO2-voetafdruk sterk verminderen door het te hergebruiken in modulair opgebouwde producten.

De eerste snuffelaars

Herstellen, hergebruiken, delen, huren, recycleren worden de norm als we materialen zo lang mogelijk willen benutten en meer waarde willen creëren. Maar hoe ver staan maakbedrijven in

Vlaanderen? We staan nog maar aan het begin, maar positief is dat er meer en meer aandacht voor is. Een groeiend aantal bedrijven beginnen er stilaan aan te snuffelen of zetten al de eerste stappen. In de praktijk gaat het nog om kleine percentages van hun omzet, maar we zien wel dat zij er veel uit leren en vervolgens snel vooruitgang boeken.

Een groot deel ziet echter nog niet waar de meerwaarde voor hen ligt of ziet door de veelheid aan informatie die op hen afkomt het bos door de bomen niet meer. Er komen heel wat facetten kijken bij circulair denken: productontwerp, logistiek, samenwerking, businessmodel, materiaalkringlopen, supply chain, financiering, juridische zaken in geval van leasing, … En dan komt inderdaad de vraag, wat is mijn eerste stap?

Vertrek vanuit uw eigen waarden

Het goede nieuws: u start waar u wilt. Zolang u maar start. Al die facetten grijpen op een keer op elkaar in. Bedrijven die vertrekken vanuit hun eigen waarden of waar ze goed in zijn, hebben het meeste kans op slagen. Niet iedereen hoeft trekker te zijn, hou daarentegen wel uw ogen en oren open waar u een rol kan spelen in het circulaire verhaal. Samen met Agoria ontwikkelden we de Cesar tool die aangeeft waar het potentieel van een circulaire economie voor uw bedrijf zit samen met een whitepaper met tien insteken om stappen te zetten richting circulariteit.

Aanvaard marketingcookies om deze video te bekijken. FireFox-gebruikers moeten de 'Verbeterde trackingbescherming' van hun browser uitschakelen om deze video te bekijken.

Verschillende wegen leiden naar circulariteit

De maakindustrie kan opgedeeld worden in verschillende categorieën en afhankelijk van het type activiteit dat u uitoefent of product dat u aanbiedt, ziet het circulair potentieel er heel anders uit. U kunt iets nieuws duurzaam verkopen, een product als een dienst leveren ('as a service'), een remanufactured product aanbieden,… Een **OEM**-bedrijf (Original Equipment Manufacturer), dat bijvoorbeeld machines bouwt en B2B levert, zit veelal in de lead van een circulair netwerk. Zij kunnen producten maken, leveren, onderhouden, … en kunnen zo op bijna alle facetten van de levenscyclus circulair omdenken. Als u **toeleverancier** bent van een OEM heeft u minder spelingsvrijheid om naar een gesloten kringloop te gaan maar kunt u wel ergens anders in de cyclus een rol spelen, denk aan **remanufacturing**, door de nodige onderdelen te herstellen of vervaardigen.

Een bedrijf dat **verbruiksgoederen** maakt, zoals remblokken of andere producten die door gebruik afslijten, kent weer een andere dynamiek. Zij zetten best in op verbeterde productafdanking en **recyclage** nadat ze de levensduur gemaximaliseerd hebben. En voor diegenen die producten van zeer hoge kwaliteit maken, die lang meegaan en daardoor ook zeer duur zijn om te verkopen, kan een **product-als-dienst**-model (product-as-a-service) een oplossing zijn.

Zo heeft elk bedrijf dus specifieke kansen en opportuniteiten om in te spelen op de circulaire economie. Bij sommige bedrijven zitten die op veel verschillende assen in de levenscyclus, voor anderen op een paar.



Tien actiedomeinen uit de whitepaper 'Circulaire economie: hoe starten als bedrijf?' van Agoria en Sirris

Uitdagingen

Om te evolueren naar een circulaire maakindustrie zijn er nog enkele uitdagingen en aandachtspunten:

Het opzetten van een ecosysteem

In een circulaire economie draait het niet alleen om uw bedrijf. Je moet alles opentrekken en kiezen voor een systeemaanpak. Dat is een heel belangrijke stap. Samenwerking is dus cruciaal en om dat te realiseren is vertrouwen essentieel.

Wie circulariteit wil omarmen, zal een ecosysteem moeten opzetten waarbij de volledige toeleverketen wordt betrokken: klanten, klanten van klanten, distributeurs, serviceproviders, … Dat betekent niet dat u levenslang gebonden bent aan dat consortium, maar wie volledig onafhankelijk wil blijven, kan niet circulair zijn. Die is lineair.

Een eerste mogelijke stap is om te kijken naar de **goederenflow**: wie zijn uw klanten, waar gaan uw producten naartoe, wie is uw eindgebruiker en wat gebeurt er met uw product op het einde van de levenscyclus? Vervolgens brengt u de **financiële flow** in kaart: wie betaalt aan wie? En tot slot brengt u de **datastromen** in kaart: wie heeft welke info nodig om wat te kunnen beslissen?

Heeft u dat in beeld, bepaal dan welke circulaire strategie zinvol is voor uw type product. De strategie die u kiest, zal een invloed hebben op uw keten. Analyseer waar de kosten en baten zitten, en waar voor (w)elke partij de meerwaarde schuilt. Door samen in gesprek te gaan en te zoeken naar een gemeenschappelijk doel bouwt u vertrouwen op en kan de keten functioneren. Wie kan welke rol spelen, om er elk en samen bij te winnen?

Die **meerwaarde** is niet per se monetair, het kan ook gaan om imagovoordeel via duurzame profilering, toegang tot nieuwe kennis, materialen, een netwerk, employer branding, … Deze andere motivaties zijn uiterst belangrijk omdat ze een belangrijke drijfveer vormen van de nieuwe samenwerking. Als alleen de euro's tellen, lukt het meestal niet.

Eenmaal de rollen en verantwoordelijkheden duidelijk zijn, kan je dieper kijken naar de volgende stappen en procedures, hoe je het concreet gaat aanpakken.

Productontwerp

Een product dat verkocht wordt en waarvan u geen zicht heeft op de afdankingsfase, ziet er helemaal anders uit dan wanneer u na verkoop nog verantwoordelijk blijft voor onderhoud of recyclage. Het verdienmodel van uw circulaire strategie heeft een invloed op het productontwerp. Het is belangrijk om deze twee zaken op elkaar af te stemmen. Doe dat zo vroeg mogelijk in het ontwerpproces.

Retourlogistiek

We zijn sterk in het maken van producten op één plaats en ze dan naar overal te verspreiden. Maar hoe komen de producten die u wilt hergebruiken of recycleren terug tot bij u? Retourlogistiek is een essentieel onderdeel van circulair denken. U zult dus moeten nadenken over het opzetten van een efficiënt systeem. Maar het is niet per se nodig dat producten steeds teruggaan naar de plaats waar ze gemaakt zijn. De wegen korter maken door te decentraliseren en de verwerking dichter bij de eindgebruiker te realiseren is ook een mogelijkheid. Ook hier is samenwerking het nieuwe normaal.

Vooruitgang meten

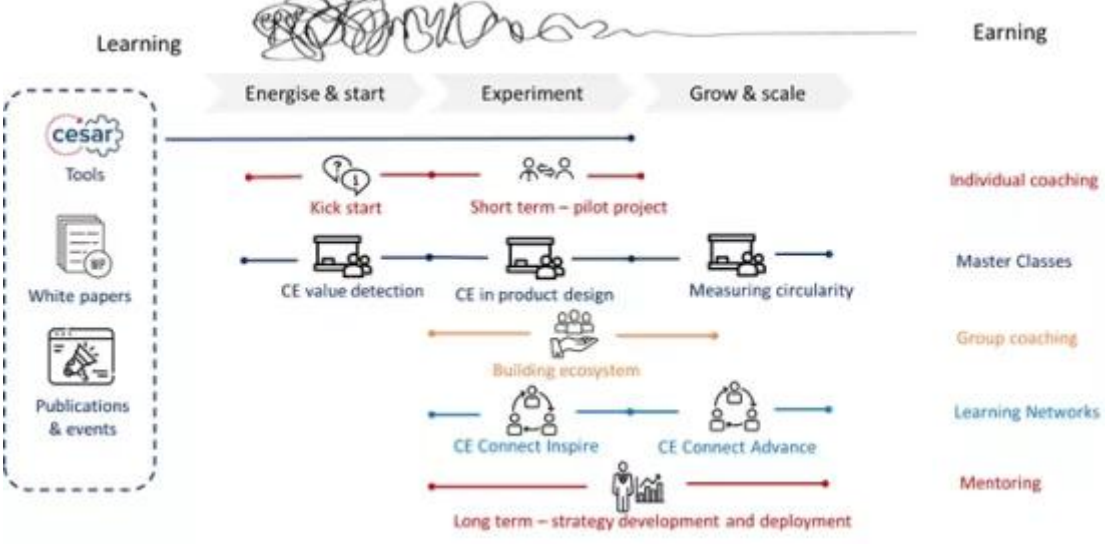
Bedrijven willen graag weten hoe circulair ze zijn, hoe ze hier nog meer op kunnen inzetten, welke kpi's ze daarvoor moeten integreren, … Kortom ze willen de mate van circulariteit en de vooruitgang die ze daarin maken, kunnen monitoren. Dat is een hele uitdaging waar we met Sirris, Agoria en andere partners het komende werkjaar opnieuw willen op inzetten, onder meer via groepscoaching, via de lerende netwerken en via de masterclasses.

Enkele circulaire tips

- Kijk verder dan uw bedrijf, werk samen buiten uw eigen grenzen
- Neem keuzes in functie van uw product of productportfolio. Elk type product kan een andere strategie vereisen
- Exploreer voor verschillende klantensegmenten. Voor klantensegment A kan een bepaalde strategie nodig zijn, maar klantensegment B heeft voor datzelfde product een heel andere invalshoek nodig. Lees hier het voorbeeld van Q-lite.

Wilt u uw organisatie ook klaar maken voor de opkomende circulaire economie? Dan kunt u steeds een beroep doen op de expertise en ervaring van Sirris, Agoria en de vele maakbedrijven die al op weg zijn.

Hierbij een overzicht van hoe we u hierbij kunnen ondersteunen:



(Bron foto bovenaan: GettyImages)

]]>

Auteurs



Thomas Vandenhaute