

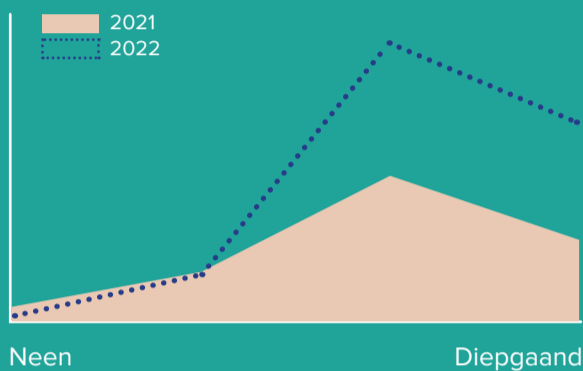
# CIRCULAIRE ECONOMIE

## IN MECHELEN

### KENNIS VAN CIRCULAIRE ECONOMIE

Er is een duidelijke verschuiving naar meer diepgaande kennis.

Ben jij bekend met het concept circulaire economie?



### EVOLUTIE IN KENNIS

**2021 Focus op optimalisatie huidige situatie:**  
Beter omgaan met wat er al is.

- Recuperatie
- Reststromen
- Deeleconomie
- Hernieuwbare energie

**2022 Focus op systeemverandering:**  
Hoe voorkomen we afval door anders te produceren.

- Circulair produceren
- Modulair design
- Minder grondstoffen
- Levensduur verlenging
- Korte en gesloten ketens

# #2800 CIRCULAIR

### DRIJFVEREN

- Milieu impact
- Eigen visie
- Imago

- Productinnovatie
- Klantenbinding
- Personeelsbinding

### DREMPELS

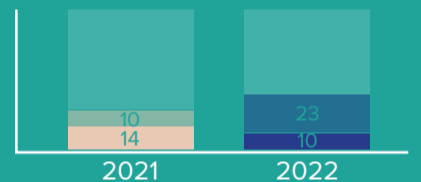
**2021**  
Te weinig kennis

**2022**  
Te weinig geld

**2022**  
Regelgevende barrières, gebrek aan overheidsbeleid en continuïteit in productie

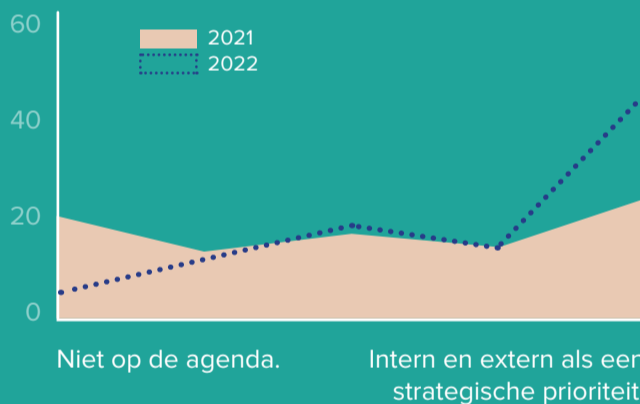
### TARGETS

Stijging van vooropgestelde targets



### STAAT CIRCULAIRE ECONOMIE OP DE AGENDA?

Je ziet in 2022 een duidelijke verschuiving naar Circulaire Economie als prioriteit.



### VERWACHTE ONDERSTEUNING

Een duidelijk afgenomen nood aan kennis en informatie en de toegenomen vraag naar financiële en businessondersteuning toont de evolutie van de planningsfase naar de handelingsfase bij ondernemers.

2021	2022	Ondersteuning
1	1	Netwerk bouwen & lokale matchmaking
2	2	Financiële ondersteuning
4	3	Businessbegeleiding
3	4	Kennis en informatie

## 49% FRONTRUNNERS

- Zijn goed op de hoogte van recuperatie van afvalstromen, bijproducten en reststromen, hernieuwbare energie, deeleconomie en verminderd grondstofgebruik in ontwerpen.
- Hun drijfveren liggen bij het aantrekken van klanten
- Angst voor risico is een drempel, alsook de wensen van de klant
- Binnen het designproces is vooral ontwerp voor hergebruik van toepassing (90%), ontwerp voor levensduurverlenging (80%), ontwerp voor makkelijker te herstellen (70%)
- Binnen het productieproces geeft 56% aan gebruik te maken van lokaal beschikbare grondstoffen
- Sensibilisering rond CE is opgenomen in hun bedrijfsstrategie (91%), alsook kennisuitwisseling (86%)
- Communicatie van CE strategie naar B2C en B2B klanten, burgers, lokale overheid
- Ondersteuning is wenselijk rond matchmaking met partners (68%), alsook financiële ondersteuning (59%)



## 51% EXPLORERS

- Zijn in vergelijking met de frontrunners minder goed op de hoogte van de deeleconomie
- Hun drijfveren liggen bij eerder bij imago-versterking en beperken van materiaalkosten
- Concurrentie is een drempel, alsook de wensen van de klant
- Binnen het designproces is vooral ontwerp voor hergebruik van toepassing (63%), ontwerp voor levensduurverlenging (50%), ontwerp voor makkelijker te herstellen (38%)
- Binnen het productieproces ligt de focus vooral op gebruik van minder materiaal (57%) en gerecycleerd materiaal (57%)
- Gebruik van hernieuwbare energie is opgenomen in hun bedrijfsstrategie (40%)
- Communicatie van CE strategie naar doelgroepen is eerder beperkt (gemiddeld 1 op 4 doet het)
- Ondersteuning is wenselijk rond matchmaking met partners (48%), inspiratiebezoeken (40%) alsook financiële ondersteuning (32%)

