

AUDI BRUSSELS

LE CONSTRUCTEUR AUTOMOBILE PLANTE UN MILLIER DE CHÊNES

Audi Brussels se réjouit de l'arrivée d'un modèle 100 % électrique à Forest. Ceci dit, ce n'est pas le seul accomplissement d'Audi en matière de durabilité, pointe la direction. «Un contexte de production durable est tout aussi important.»

Le concept Audi Ultra réunit sous une même bannière les meilleures idées du constructeur automobile tant aux niveaux écologique et économique que sur le plan social. «L'efficacité est devenue le principe par excellence de la gestion des matières premières, de la production d'énergie et de la consommation énergétique», déclare le directeur général Patrick Danau d'Audi Brussels.

Quels sont les objectifs concrets d'Audi Ultra ? Le site de Forest a l'intention entre autres de réduire d'un quart les émissions de CO₂ d'ici à 2018 comparé à 2011. L'usine ambitionne même d'afficher en 2020 un bilan carbone neutre pour 60% de sa production. Audi a pris les devants avec sa nouvelle installation de prétraitement des métaux dans l'atelier de peinture et sa pompe à eau innovante. Cette installation récupère l'énergie non utilisée et pourvoit les autres installations en énergie. «Une grande première au sein du groupe Volkswagen et dans tout le secteur», souligne Patrick Danau. Parmi les autres initiatives visant la durabilité, citons la centrale de cogénération et la nouvelle station d'épuration des eaux. Audi entend également remédier à la pollution du sol historique. «Même si nous ne sommes pas à l'origine de la pollution, nous voulons apporter notre contribution à la



DEBBY TERMONIA

PATRICK DANAU, DIRECTEUR GÉNÉRAL D'AUDI BRUSSELS
«Notre pompe à eau est une grande première au sein du groupe Volkswagen et dans tout le secteur.»

société. La conscience écologique ne se limite pas aux portes de l'usine. Nos projets Audi Ultra vont bien au-delà.»

100 ans d'étude

Le constructeur automobile a planté 1.000 chênes sur trois hectares dans le parc Solvay à La Hulpe. En collaboration avec l'Université Technique de Munich et la Région wallonne, Audi a lancé un projet de recherche à long terme. Les arbres ont été plantés à des écarts allant de 14 à 30 cm et le projet étudie l'influence des différents écarts sur l'absorption de CO₂, la croissance et l'interaction dans l'écosystème. «Les scientifiques étudieront leur croissance sur plus de 100 ans», explique Patrick Danau.

Les initiateurs ne seront plus directement impliqués dans le projet mais Audi Brussels ne manquera pas d'intervenir par le biais d'autres initiatives. Ainsi, par exemple, le traitement des eaux commence à porter ses fruits. «En 2016, nous aurons utilisé environ 120.000 m³ d'eau

de moins qu'en 2015, assure Patrick Danau. Soit une économie de 1 m³ par voiture qui sort de notre usine. Au final, cela représente une économie de 400.000 euros en plus du bienfait écologique.»

Audi n'est pas encore en mesure d'évaluer les retombées des autres initiatives, même si elle constate d'ores et déjà une réduction de sa consommation énergétique normale grâce à la mise en service de la centrale de cogénération. «Ce type d'investissement devrait être davantage privilégié, confie Patrick Danau. Le débat sur la durabilité dans notre secteur se focalise essentiellement sur les émissions de CO₂ des voitures mais le client de demain ne se contentera plus de considérer uniquement le produit. Le contexte dans lequel il a été fabriqué comptera tout autant dans sa décision d'achat. Nous n'en sommes encore qu'au début. Nous aimerions savoir ce que cela représenterait pour notre entreprise si elle pouvait pourvoir à ses propres besoins énergétiques.»

© WOUTER TEMMERMAN

PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE

En juin de cette année, EDF Luminus et le Foyer anderlechtois ont signé un contrat de performance énergétique multi-sites. Une première en Belgique.

Producteur d'électricité renouvelable et fournisseur de services énergétiques, EDF Luminus se positionne comme le premier challenger sur le marché belge de l'énergie. Un marché où elle représente avec une capacité installée de 1.972 MW environ 10% de la capacité totale installée en Belgique. Sous sa marque Luminus, l'entreprise vend de l'électricité, du gaz et des services énergétiques à 1,8 million de clients particuliers et professionnels, ce qui représente une part de marché commerciale d'environ 20%. Pour sa part, le Foyer anderlechtois est une des plus importantes sociétés de logements sociaux active en Région bruxelloise en nombre de logements. Propriétaire de plus de 3.700 logements tous situés sur la commune d'Anderlecht, la société gère près de 400 maisons individuelles ainsi que de grands ensembles de logements datant des années 1970. Le 15 juin dernier, EDF Luminus et le Foyer anderlechtois ont signé le premier contrat de performance énergétique multi-sites en Belgique.

«Ce contrat couvre la rénovation de 15 chaufferies dans une quarantaine de bâtiments, explique Pascale-Marie Barriquand, *senior advisor corporate social responsibility* chez EDF Luminus. Il concerne 31 chaudières, six unités de cogénération, 15 nouvelles régulations du bâtiment et quatre installations photovoltaïques. EDF Luminus créera la structure de maintenance adaptée pour entretenir les équipements et garantir dans la durée la performance énergétique de l'ensemble. Le Foyer anderlechtois bénéficiera ainsi d'une réduction de son

empreinte carbone, de nouvelles installations de production de chaleur et d'électricité, de l'entretien complet de tous ses équipements et d'une économie annuelle sur sa facture d'énergie d'environ 266.000 euros.» EDF Luminus intervient ici en tant que tiers-investisseurs et prestataire de services avec ses filiales récemment acquises (Dauvister, Vanparijs Engineers et ATS).

Pérennité des logements sociaux

L'amélioration de la performance énergétique ne se réduit pas à une question technique assortie d'une réduction de la facture énergétique, elle intègre également une dimension sociale. Particulièrement en ce qui concerne ce projet spécifique. Les habitants des logements concernés seront ainsi sensibilisés à la réduction de leur empreinte écologique grâce à des conseils concrets, innovants et durables. Et comme le souligne Bruno Lahousse, directeur général du Foyer

anderlechtois: «En concrétisant ces contrats innovants, nous assurerons la pérennité des logements sociaux à un loyer abordable dans l'intérêt des locataires». Si ce contrat de performance énergétique est une première, EDF Luminus entend bien ne pas en rester là. «De très nombreuses collectivités peuvent être intéressées par ce type de contrat global en Belgique et ailleurs, confirme Pascale-Marie Barriquand. Ecoles, hôpitaux, ensembles de logements, entrepôts, etc. Les clients industriels et tertiaires dans leur ensemble peuvent bénéficier de tels contrats. D'autant que le potentiel d'économies d'énergie en Belgique est particulièrement élevé.» Tout en demeurant d'abord un producteur d'énergie, EDF Luminus se positionne chaque jour davantage comme un prestataire de services énergétiques, là où il peut dégager davantage de valeur ajoutée tant pour lui que pour ses clients.

© G.V.D.N.



GRÉGOIRE DALLEMAGNE, CEO D'EDF LUMINUS

«Producteur d'énergie, EDF Luminus est également de plus en plus un fournisseur de services énergétiques.»

ENERGIRIS

COOPÉRATIVE CITOYENNE

Fonds d'investissement citoyen, Energiris finance au travers de ses filiales des projets dans l'énergie durable à destination des bâtiments publics, écoles et entreprises.



ISMAËL DAUD, ADMINISTRATEUR DÉLÉGUÉ D'ENERGIRIS, ET THIBAUT GEORIN, PRÉSIDENT

« Nous permettons aux citoyens de s'impliquer directement et localement dans les projets de rénovation qui les concernent. »

A l'heure où quelque 250 milliards d'euros somnolent sur les livrets d'épargne, il est peut-être opportun de songer à placer une partie de ses avoirs ailleurs. Et parmi les possibilités qui s'offrent à l'épargnant, il en est une née en avril 2014 qui peut le séduire et lui rapporter un dividende de 3% : Energiris. Cette SCRL se positionne comme un fonds d'investissement citoyen qui finance au travers de différentes filiales (Easycoген, Easynergy, Blue Tree) des projets dans les énergies renouvelables à destination

des bâtiments publics, écoles et entreprises. Elle propose au particulier de devenir coopérateur à partir de 250 euros la part, avec une limite de 20 parts par coopérateur. Après deux ans d'existence, elle en compte actuellement 261 (dont 59 sur une liste d'attente). Outre l'intérêt financier, Energiris pointe également l'investissement citoyen dans le durable. Ismaël Daoud, administrateur délégué, souligne ainsi que « pour atteindre une Belgique 100% renouvelable en 2050 comme le démontre une étude conjointe réalisée en 2012 par l'ICEDD, le Vito et le Bureau

du plan, il faudra 300 à 400 milliards d'investissements ».

Ingénieur et ex-conseiller politique de la ministre bruxelloise de l'Énergie Evelyne Huytebroeck, Ismaël Daoud connaît bien la question de la transition énergétique qui est en marche. A l'instar de l'équipe d'Energiris qui regroupe huit spécialistes en la matière auxquels il faut ajouter trois experts indépendants et deux réviseurs aux comptes « qui veillent à ce que tout soit correct, à la virgule près », ajoute-t-il. Dans la pratique, Energiris permet à ses clients, grâce à un montage financier, des gains appréciables sur leur facture énergétique en installant des équipements assurant une meilleure efficacité énergétique et en favorisant des sources d'énergie renouvelable. Il est vrai que nombre de bâtiments publics sont de véritables gouffres énergétiques. Les écoles en tête, qui ne disposent en règle générale pas des budgets pour remédier à cet état de fait. C'est ici qu'un acteur comme Energiris peut intervenir.

Solution scolaire

« Avec Energiris for School, nous avons développé une solution innovante pour rénover sans frais les écoles, explique Ismaël Daoud. Nous rénovons l'école pour en améliorer la performance énergétique et le cadre d'apprentissage (air pur, température agréable, éclairage adéquat, absence de courants d'air, etc.). Nous nous remboursons uniquement sur les économies d'énergie réalisées. C'est une solution transparente, sans risque, facile, flexible et profitable pour tout le monde. Cerise sur le gâteau : via notre plateforme de *crowdfunding*, nous permettons aux parents, professeurs, élèves, voisins de participer au financement de cette rénovation. » La société coopérative développe des projets de rénovation en Région bruxelloise mais également en dehors où son approche séduit de plus en plus de communes – notamment en Région wallonne – et de citoyens auxquels elle explique sa démarche lors de séances d'information. © G.V.D.N.

CRÉATIONS DURABLES

Espace ethnique, éthique et bio niché au cœur des Marolles, Orybany entend promouvoir la création locale et une mode alternative et durable.

C'est à l'Atelier des Tanneurs que Juliette Berguet et Liliane Malemo ont déniché l'espace pour lancer leur projet baptisé Orybany qu'elles définissent comme «une boutique de mode, un atelier, un lieu de rencontres et de partage mais avant tout un espace de créativité». Orybany entend promouvoir une mode ethnique, éthique et bio. Elle met en avant les artisans créateurs et l'*upcycling* à travers l'organisation du marché mensuel qu'elle organise: le Re: creation Hall. «L'*upcycling* est un recyclage avec une valeur ajoutée, précise Juliette Berguet. On récupère des produits dont on n'a plus l'usage et on les transforme en produits de qualité ou d'utilité supérieure. Par exemple, un vieux jean que l'on transforme en doudou.» Depuis sa création en 2013, Orybany s'est entourée d'un collectif de créateurs devenu au fil des mois une véritable communauté. Empreinte de diversité tant au niveau de l'artisanat proposé que culturellement ou socialement, reflétant parfaitement la population des Marolles où elle est implantée.

Les deux fondatrices sont très sensibles à la surconsommation dans l'industrie de la mode. «C'est l'une des industries les plus néfastes pour l'environnement qui existent, reprend Juliette Berguet. En outre le modèle de la *fast fashion*, c'est l'art d'exploiter, fabriquer et jeter. Notre *business model* vise à promouvoir la création locale et la consommation d'une mode alternative, éthique et durable. Il privilégie la confection manuelle de pièces uniques ou en série très limitée au départ de matériaux de récupération. Notre conception de la mode est différente des grandes chaînes. Notre slogan est 'rien se ne perd, tout se transforme' et nous prônons la qualité

et non la quantité. Nous créons aussi des liens humains et réels entre nos clients et les créateurs. En achetant des objets issus de la récupération chez Orybany, les conso-acteurs participent à la réduction des déchets et sont aussi solidaires de l'artisanat local.»

Dimension sociale

Le projet initié par Juliette Berguet et Liliane Malemo affiche clairement un objectif social. Il vise ainsi, entre autres, à la réinsertion socio-professionnelle des habitants du quartier des Marolles. Par ailleurs, Orybany collabore avec d'autres acteurs de l'économie sociale dans le

cadre d'actions liées au recyclage des déchets-ressources ainsi qu'avec la Ville de Bruxelles en ce qui concerne la sensibilisation à l'économie circulaire. «Nous sommes convaincues que l'économie circulaire est l'affaire de tous. Nous souhaitons créer des synergies à travers la mise en place de partenariats avec des acteurs publics et privés engagés dans une démarche similaire de valorisation des déchets et ainsi réduire l'impact sur l'environnement et améliorer la vie des habitants.» Des habitants dont une partie croissante devient de plus en plus consciente de la nécessité de privilégier les circuits courts et donc une économie locale. Après avoir testé son projet au sein de l'Atelier des Tanneurs, Orybany est en passe de se transformer en coopérative et entend bien continuer à se développer au cœur de Bruxelles.

© G.V.D.N.



JULIETTE BERGUET & LILIANE MALEMO, FONDATRICES D'ORYBANY

«Notre conception de la mode est différente des grandes chaînes. Nous prônons la qualité et non la quantité.»

SIMONE A SOIF

A VOTRE SANTÉ!

Avec ses boissons naturelles aux saveurs originales, la jeune société schaerbeekoise Simone a soif rencontre de plus en plus d'adeptes en quête de produits locaux et sains.

Fondée au printemps de cette année, la Compagnie bruxelloise des boissons est plus connue sous le nom de sa marque: Simone a Soif. Cette dernière est née de la frustration d'Agnès Bonfond de ne pouvoir trouver au rayon des rafraîchissements une boisson sans sucres ajoutés ni substituts, sans conservateurs, sans colorants et sans arômes même naturels et qui ait du goût. S'inspirant d'une agricultrice retraitée, prénommée Simone, elle met au point la boisson qu'elle cherchait. «C'est une boisson extrêmement peu sucrée à base d'hydrolats de plantes et de fleurs, explique Antoine de Menten qui a rejoint la fondatrice avec Alexandre van der Vaeren pour constituer le trio de choc de la start-up schaerbeekoise. Les hydrolats sont les coproduits de l'huile essen-

tielle obtenus par distillation. Leur utilisation dans le secteur des boissons permet de jouer avec des saveurs surprenantes comme le géranium ou la mélisse et de donner du goût à une boisson sans ajouter de sucre.» Actuellement, Simone a Soif propose trois associations originales (pomme-géranium, concombre-menthe et fraise-mélisse) qui émoussillent agréablement les papilles. Une quatrième à base de poire sort dès ce mois de décembre.

«Notre *business model* est centré autour du développement durable, enchaîne Antoine de Menten. Nos boissons sont 100 % bio et réalisées à base de produits locaux et de saison. Nos valeurs sont axées autour de cette réflexion permanente qui a pour but de proposer un produit plus naturel, plus engagé et plus sain à nos clients. Pour faire nos boissons, nous choisissons, par exemple, nos fournisseurs de fruits et légumes en créant des partenariats visant à récupérer des produits de bonne qualité mais destinés à être détruits à cause de leur calibre. En outre, nous faisons appel à des entreprises de travail adapté afin de gérer notre stock créant ainsi de l'emploi en Région bruxelloise.» La jeune société est également ouverte

à de nouvelles combinaisons de saveurs et en essaie d'ailleurs régulièrement. Elle cible les clients qui souhaitent des produits locaux et sains mais qui veulent également du changement.

Un concept à répliquer

Ses boissons sont déjà disponibles dans plus de 140 points de vente à Bruxelles et alentours mais également en Wallonie et en Flandre. On peut la trouver dans des magasins bio ainsi que dans des établissements horeca qui ont choisi de travailler des produits locaux et bio. Actuellement en pleine phase de développement à Bruxelles, Simone a Soif envisage déjà de décliner son concept dans d'autres endroits. «Le modèle de production de boissons avec des ingrédients et partenaires locaux peut être répliqué, confirme Antoine de Menten. En effet, des centres de production peuvent être ouverts en divers lieux avec des recettes locales.» En mettant au point une boisson bio, saine et locale, Simone a Soif devrait rapidement séduire des consommateurs en quête de produits respectueux de l'environnement et bons pour la santé. Après le mieux manger, le mieux boire! © G.V.D.N.

ARNAUD CARTUYVELS



ALEXANDRE VAN DER VAEREN, AGNÈS BONFOND ET ANTOINE DE MENTEN, ASSOCIÉS DE SIMONE A SOIF
«Notre 'business model' est centré autour du développement durable. Nos boissons sont 100 % bio et réalisées à base de produits locaux et de saison.»