



(Vlnr.) Lukas Marivoet, Colin Deblonde, Lucas Moreau en Mathijs Vanacker van Dripl.

Nieuwe hoogvliegers in de maak

Dat Vlajo erin slaagt de brug te zijn tussen onderwijs en het bedrijfsleven, bewijzen de winnaars van twee van de wedstrijden dit jaar. We zochten de laureaten van Shampop en Dripl op. In beide gevallen werden de ideeën al omgezet in werkende concepten. Twee winnaars waar je de komende tijd ongetwijfeld nog van gaat horen.

Eén van de initiatieven van Vlajo (zie nevenartikel p. 29) in het hoger onderwijs is Start Academy. Start Academy is een combinatie van een begeleidingstraject en een ideeënwedstrijd voor studenten hoger onderwijs met een ondernemingsidee. Julie Vanstraelen, hoofdcoördinator Hoger Onderwijs bij Vlajo: “Zodra jongeren

**“Eerst en vooral willen we de verpakking-
berg verkleinen. Het is absurd hoe het
huidige businessmodel van bijvoorbeeld
Coca-Cola en Pepsi werkt.”**
(Colin Deblonde)

een idee hebben, kunnen ze zich inschrijven in Start Academy om het potentieel van hun ondernemingsidee te ontdekken. De studenten duiken de markt in om uit te zoeken of hun idee levensvatbaar is. Daarbij krijgen ze de kans om begeleid te worden door een coach. Die is steeds zelf een ondernemer. Zo krijgen de jongeren

professioneel advies van personen die de kneepjes van het ondernemerschap kennen en die een gigantisch netwerk hebben. Peter Coenen (directeur Vlajo): “De finaliteit van Start Academy is de start-up. Als prijs kunnen de laureaten een beroep doen op consultancy-kredieturen aangeboden door Deloitte, Linklaters, Total, ETION en Vlajo.” Dit jaar werd Dripl de winnaar.

Duurzame drankverdelers

Toen Dripl-oprichters Colin Deblonde en Lucas Moreau in het station van Gent aan een drankautomaat een blikje ice-tea kochten — met de hervulbare fles in hun rugzak — kwam het idee in hen op. Ze zouden een eigen drankverdelers ontwerpen, eigenlijk een mini-frisdrankfabriekje op leidingwater, waarbij smaak en bruis worden toegevoegd naar eigen goeddunken. Voor het ontwerpen van een prototype, riepen ze de hulp in van twee vrienden. Dripl was geboren. Colin



(Vlnr.) Jeff Paredis, Floris Lisabeth en Roos Vandebergh van Shampop

Deblonde: “Daar begon de bal te rollen. Maar als onervaren studenten hadden we een hefboom nodig. Daarom besloten we bij Vlajo aan te kloppen. Dat bleek een fantastische zet. Niet alleen kregen we geloofwaardigheid en veel hulp. Vooral het winnen van de ‘Start Academy’-award bleek een goede springplank naar meer.”

Van project naar een bedrijf met missie

Dripl wil uw bedrijf transformeren in een duurzame werkomgeving. Dat is de missie, licht medeoprichter Lukas Marivoet toe: “We vertrokken van de verspilling: te veel verpakking, te veel suikers, te veel vervoer van leidingwater. We willen een duurzaam alternatief bieden dat de massa aanspreekt. We willen evenmin duurder zijn. Daarom richten we ons op de prijs van het Co-

bijvoorbeeld Coca-Cola en Pepsi werkt. Het is een aanpak met veel verpakking en weinig drank. De frisdrank is leidingwater met smaak en bruis. Dat water wordt aangeleverd, verrijkt en terug gedistribueerd. Wij maken gewoon kleine frisdrankfabriekjes, zonder leidingwater en plastic over vele kilometers te vervoeren. De Dripl-automaat neemt ter plekke het water en voegt er het nodige aan toe. Er blijkt grote vraag naar wat wij maken: een duurzame oplossing in limonade op locatie. We willen binnen vijf jaar internationaal actief zijn.”

Shampoo-tablet

Een totaal ander verhaal bij de tweede laureaat van 2020. Floris Lisabeth waste al jaren zijn haren met een *shampoo bar*, toen hij zich realiseerde dat het proces niet alleen hygiënischer, maar ook efficiënter, duurzamer

“We vertrokken van het probleem van de verspilling: te veel verpakking, te veel suikers, te veel vervoer van leidingwater.”

(Lukas Marivoet)

ca-Cola-blikje. We reduceren kosten, besparen op tijd en op onderhoud.” Colin Deblonde vult aan: “Eerst willen we de verpakkingen verkleinen. Het is absurd hoe het businessmodel van

en gezonder kon. Hij betrok er zijn medestudenten Roos Vandebergh en Jeff Paredis bij en al gauw bedachten de UHasselt-studenten dat een *vegan single-use* shampoo-tablet de ideale

oplossing zou zijn. De ban op de kleine shampoo-flesjes in hotels, versterkte het geloof in de levensvatbaarheid van hun idee. Ze startten Shampop op. Roos Vandebergh: “Via onze docent aan de universiteit stapten wij richting Vlajo. We kregen er coaching, PR en concrete tips, waardoor ons zelfvertrouwen groeide, evenals ons geloof dat veel mogelijk was. Het traject bracht ons bij invloedrijke ondernemers die voor ons erg waardevolle ankerpunten vormden en ons uitdaagden om verder te gaan.”

Businessplan

Shampop streeft naar de plasticvrije badkamer, weet medeoprichter Jeff Paredis: “Vandaag gaat het om de shampoo-tablet. Die moet 100% *vegan* zijn en uit natuurlijke elementen bestaan die echt goed zijn voor het haar. Omdat we plastics uit de badkamer willen bannen, gaan we later ook werken op was- en scheerschuimtabletten. De badkamer

“Omdat we plastics uit de badkamer willen bannen, gaan we later ook werken op was- en scheerschuimtabletten.”

(Jeff Paredis)

moet duurzaam en circulair worden. Onze verpakking lost vanzelf op. We willen niets achterlaten. Vandaag zitten mensen vast in gewoontes. De plastic flessen, gevuld met niet zo gezonde producten, blijven onze badkamer ontsterven. Daar willen we iets aan doen.”

Het land afgereisd

Ondertussen werd de vennootschap opgericht, maar wat daaraan voorafging, was hard werk, getuigt Floris Lisabeth: “We hebben drie maanden lang het land doorkruist op zoek naar partners die in ons project wilden stappen. We zochten gezonde producten voor in de tablet en een producent. We kwamen terecht bij Unicum Trade Botanicals in Lier. Zij maakten al vitaminedoeltabletjes voor de voedingsindustrie,

een gezond principe dat aansloot bij het onze." Vandaag werkt Shampop vanuit Hasselt in een eigen kantoor bij start-up incubator Cordacampus. Ze starten er partnerships met lokale B&B's en bio-winkels. Ze bouwen aan een webshop, die de shampootablet mee moet introduceren op de markt.

“Het Small Business Project ging om meer dan het beste idee. We hadden ook het beste team.”
(Floris Lisabeth)

Toekomst

Shampop werd uitgeroepen tot Vlajo Small Business Project van het jaar. Dat gaf hen een enorme boost. De jury vond niet alleen dat ze een schitterend businessplan hadden, maar ook dat het team heel sterk op elkaar was afgestemd. Floris Lisabeth bevestigt dat: “Het ging om meer dan het beste idee. We hadden ook het beste team. We hebben daar initieel veel tijd in gestoken en zagen collega's net daar mislukken. We zochten uit hoe we werkten en elkaar aanvulden en zetten zo onze teamdynamiek op punt. We werden complementair en al reduceerde dat ons team naar drie, naast ons goed product klopt alles nu als een bus.”

Roos Vandebergh: “We willen in de komende vijf jaar heel wat alternatieven brengen die naar de plasticvrije badkamer leiden. Onze droom is dat we in 2025 in Spanje een hotel binnenstappen en daar onze tabletten in het badkamerkastje vinden. Plastic uit de cosmetica en de hotelsector halen, is onze ultieme droom.”

Patrick Verhoest | Foto's: GF

Ondernemers van de toekomst

Vlajo staat voor Vlaamse Jonge Ondernemingen. De organisatie wil aan de hand van praktijkgerichte onderwijsprogramma's, ondernemingszin en ondernemerschap bij jongeren stimuleren, zodat ze kunnen uitgroeien tot de ondernemers en ondernemende medewerkers van morgen.

Talent ontwikkelen

Vlajo streeft — dankzij de steun van overheid en bedrijfsleven — een duidelijke missie na in de Vlaamse scholen, hogescholen en universiteiten. Julie Vanstraelen, hoofdcoördinator Hoger Onderwijs bij Vlajo: “We willen in de eerste plaats talent creatief ontwikkelen. Dat talent vinden we al op de schoolbanken. We moeten het wel nog ontdekken en laten groeien. We staan jongeren bij in het vinden van hun sterktes en het ontwikkelen van hun zelfvertrouwen. Daarnaast hopen we de brug te zijn tussen het onderwijs en het bedrijfsleven. Onze program-



Julie Vanstraelen (hoofdcoördinator Hoger Onderwijs Vlajo)

de missie elke jongere te stimuleren in de ontwikkeling van ondernemende competenties. Dat start al in de kleuterklas, getuigt Julie Vanstraelen: “Binnen elk onderwijsniveau organiseren we projecten om jongeren ondernemend

“Onze programma's moeten potentiële ondernemers klaarstomen voor een betere instap op de arbeidsmarkt.”

ma's moeten de ondernemers en ondernemende medewerkers van morgen klaarstomen voor een optimale instap op de arbeidsmarkt. Daarom stimuleren we het contact tussen scholen en bedrijven. Dat moet zorgen voor meer kennisuitwisseling tussen de beide partijen.”

Pedagogisch plan

Vlajo kan best omschreven worden als een expertisecentrum én actor voor ondernemend onderwijs. Vrij vertaald is

te maken. We werken daarvoor via ons 4D-pedagogisch plan. Het is gebaseerd op de belangrijkste pijlers van het ondernemerschap. De basis is Dromen en Doen (lager onderwijs), Doen en Durven (secundair onderwijs) en Doorzetten (hoger onderwijs).” Vlajo wil ondernemend onderwijs duurzaam verankeren door de vorming van ondernemende leerkrachten en docenten via ‘train the trainer’-programma's en ondersteunende dienstverlening aan lesgevers. (PV)