

28. United Pepper



Green Geeks



Jean-Pierre D'Haese

© Muriel Thies

In de lente van 2009 willen Jean-Pierre D’Haese, Marc Aelbrecht en Xavier Petre een nieuwe wending geven aan hun carrière. Deze managers hebben alle drie heel wat ervaring opgedaan bij grote groepen zoals Alacatel-Lucent, Cisco en Sytec, en steken de koppen bij elkaar met de gezamenlijke wens van start te gaan met een project met een maatschappelijke dimensie. “We wilden alle drie iets doen binnen het domein van de fair trade en de ecologie. We wilden een gefundeerde aanpak met diepgang, door onze ervaring ten dienste te stellen van ideeën die moeilijker te verkopen zijn.” Zo besluit het trio al gauw tot de overname van het handelsfonds van Dies Europe, een onderneming die bestond sinds 2007, en die reeds in het bezit was van het merk United Pepper. In september 2009 kiezen de drie vennoten dit merk als naam voor hun nieuwe bvba: “Pepper, de peper staat symbool voor het zuiden, en United voor de link die we willen vormen tussen noord en zuid: deze naam past perfect bij ons project!”

Pepper, de peper staat symbool voor het zuiden, en United voor de link die we willen vormen tussen noord en zuid: deze naam past perfect bij ons project!

////////////////////////////////////

In het verworven handelsfonds zit ook de kleine Lili: een webcam in een inktvisvormig omhulsel gemaakt van katoen en kapok, gevuld met zand uit de Mekong. “Er zaten tussen de toekomstige projecten van de onderneming ook overeenkomsten voor de fabricatie van IT-randapparatuur, zoals die met een Vietnamese fabriek in Ho Chi Minhstad met een Tradecraft-certificaat.” Met de wens om zo groen mogelijke IT-randapparatuur te blijven produceren, deed de onderneming een beroep op de diensten van een technologie-watcher: “Deze persoon bevindt zich in Shenzhen, aan de andere kant van Hongkong, waar heel wat elektronica wordt gemaakt. Daar vinden we onze basiselektronica. We proberen die

te transformeren om haar nog ecologischer te maken, binnen een proces dat volledig fair trade is, in onze gecertificeerde fabriek". Maar het belangrijkste in de ogen van deze neo-ondernemers is de 'engagementswaarde' van deze producten: "We verkopen geen elektronica, we verkopen een symbool, een waarde."

Om die reden doet United Pepper geen beroep op de gebruikelijke grote distributiecircuiten voor IT-producten, maar koos de onderneming om haar assortiment te verdelen via gespecialiseerde kanalen, zoals OXFAM en een eigen website. De startup koos ervoor om ook grote ondernemingen te benaderen. Steeds meer bedrijven gaan engagementen aan op vlak van maatschappelijke verantwoordelijkheid, zoals ze ook worden vermeld in het Witboek van Europa en die binnenkort zullen worden gecertificeerd aan de hand van een nieuwe ISO26000-norm over de toepassing van de principes van duurzame ontwikkeling. United Pepper stelt bedrijven voor om hun engagement voor goed bestuur te tonen aan de hand van fair trade en verantwoorde producten, die kunnen worden gemaakt op maat en volgens hun imago. “Zo lieten we bijvoorbeeld het logo van het Landbouwkrediet drukken op elektronische faretradekaartlezers”, legt Jean-Pierre D’Haese uit. “Maar ik moet toegeven dat deze markt niet makkelijk is. Morgen zal iedereen ethisch te werk moeten gaan. Nu zitten we echter nog in een overgangsfase. Ook al trachten ze een hoge symbolische waarde over te brengen, deze gadgets hebben intrinsiek een lage materiële waarde. Veel klanten zijn nog altijd geneigd om ze tegen een lage prijs te bestellen, rechtstreeks bij Chinese bedrijven.”

Op basis van deze vaststelling ontwikkelde United Pepper een 'home tablet' vergelijkbaar met de Ipad van Apple, maar intuïtiever en afkomstig van groene technologieën en uit de fair trade. Deze kleine computer met touchscreen, zonder klavier en uitgerust met WiFi, moet zorgen voor een heel eenvoudige toegang tot de technologie. In diezelfde geest spant United Pepper zich in om nieuwe gespecialiseerde toepassingen voor te stellen:

“Het tablet kan zo bijvoorbeeld een bijkomende link zijn tussen een bejaarde en zijn arts. Het werd ook al gebruikt om chirurgen de mogelijkheid te geven gegevens te ontvangen in het operatiekwartier. Daarnaast is het ook een oplossing voor afgelegen plekken: we voeren gesprekken met het ministerie voor volksgezondheid van Vietnam, betreffende de aankoop van tabletten bestemd voor landelijke consultatiebureaus.”

Enerzijds gaat het om de berekening van de impact op het milieu en anderzijds om de berekening van de ethische impact.

////////////////////////////////////

Het gebruik van deze terminal wijst zichzelf uit, wat heel belangrijk is voor de evaluatie van zijn maatschappelijke impact. United Pepper geeft dan ook op basis van objectieve criteria aan elk van zijn producten een dubbele index. Enerzijds gaat het om de berekening van de impact op het milieu en anderzijds om de berekening van de ethische impact. “Een voorwerp is nooit 100 % groen of 100 % ethisch”, legt Jean-Pierre D'Haese uit. Zo is katoen dan wel geen plastic, maar de productie ervan vereist wel veel water.” Dat is de reden waarom Jean-Pierre D'Haese en zijn kompanen zich beschouwen als overgangsgagenten: “We kunnen de Chinese technologie niet veranderen, maar de keuze van de componenten kan de kwaliteit van het eindproduct beïnvloeden op vlak van milieu. Het feit dat we een gebruiksvriendelijk toestel wilden creëren, liet toe om het grote klavier weg te laten. Het omhulsel is van rijst- of bamboevezel gemaakt. Er werd een processor gekozen die zo weinig mogelijk warmte afgeeft, zodat ook de ventilator achterwege kon worden gelaten. De batterijen zijn kleiner en hebben een langere levensduur en dus ook minder impact. Het is geen vergezochte aanpak maar een dynamiek!”

De drie vennoten zijn echte pioniers van de nieuwe economie en zijn zich bewust van de moeilijke rol die ze zichzelf hebben aangemeten. “We zijn in zekere mate een



Jack ID © United Pepper



Series Lili © United Pepper



soort evangelisten”, stelt Jean-Pierre D'Haese, “onze rol is bewustmaken... zonder te moraliseren! Dat drijft ons om inventief te zijn!”

Een filosofie die United Pepper ook toepast bij zijn activiteit als adviseur voor bedrijven die graag een maatschappelijke aanpak willen doorvoeren. Naast deze activiteit stelde de jonge onderneming net de grondlijnen vast van een partnerschapsovereenkomst met een 'alter ego'-onderneming in Hongkong. Innovasians, een onderneming gespecialiseerd in ecotextiel, onder leiding van Lisette Smook, stelt een reeks producten voor die complementair zijn aan het assortiment van United Pepper. Samen willen de twee ondernemingen hun aanbod uitbreiden en een netwerk creëren, waardoor ze de omvang zullen kunnen bereiken die van kritiek belang is voor hun toekomst. Als United Pepper nog niet rendabel is, heeft de startup al een financieel evenwicht bereikt. De onderneming laat nog niet toe om haar managers te verlonen, noch om personeel aan te nemen, maar voor wie United Pepper een inspiratie is, adviseert Jean-Pierre D'Haese om hun instinct te volgen, zonder de basisregels te vergeten: “Je kan in het toeval geloven, maar je moet je structureren. Je moet eenvoudig starten, zonder te veel uitwijdingen, door het aantal producten te beperken, en ervoor zorgen dat de financiën steeds in evenwicht zijn. Je moet elke dag enthousiast zijn en bij voorkeur goed omringd zijn: de motivatie komt van een team. Er zit meer in drie koppen dan in één!”

•
Isabelle Masson voor REcentre

Geïnterviewd / Jean-Pierre D'Haese, Medeaandeelhouder
samen met Marc Aelbrecht en Xavier Petre

United Pepper bvba
Chaussée de Mons 63
7800 Ath
België

www.unitedpepper.org

Sector • IT & electronica

Oprichtingsjaar • 2009

Aantal werknemers • nvt

Jaarlijkse omzet (2009) •
100.000 EUR