



THEMA  
**DEEL- & PERFOR-  
MANCE ECONOMIE**

# Airline Trolley-as-a-Service

Circulaire innovatie voor catering in de lucht

## HET PROJECT IN HET KORT

Het systeem van de circulaire economie richt zich vooral op een **efficiënter gebruik** van onze **schaarse grondstoffen**, maar ook op de toepassing van **nieuwe ondersteunende businessmodellen** die vitaal zullen zijn voor een succesvolle, duurzame toekomst. Onze bestaande modellen, vaak gecentraliseerd rond het product, zullen met andere woorden fundamenteel moeten worden heruitgevonden.

Met die gedachte in het achterhoofd werkten Econocom en AeroCat een tijd geleden al samen om het **cateringmodel van luchtvaartmaatschappijen** te verbeteren. Zo bedachten we een lichte, **innovatieve trolley** en een **bijhorend economisch model** gericht op het **gebruik** en minder op het bezit van de trolley. De (ecologische) voordelen van de trolley zijn groot: tot 30% minder brandstofkosten, een lagere CO2-uitstoot, gebruik van recycleerbare materialen ...

Door toegenomen **digitale mogelijkheden** en met de steun van Vlaanderen Circulair willen we die ideeën versterken en een hele systeeminnovatie introduceren, en zo de transitie naar een circulaire economie vergemakkelijken. De fysieke

trolley kan uitgroeien tot een **intelligente Airline Tech Trolley-as-a-Service (ATAAS)**, wat een fundamentele transformatie betekent in een tot nu toe conservatieve markt.

Om die uitdaging aan te gaan werkten we samen met De Ster, de Vlaamse afdeling van Gategroup, die met 750.000 trolleys in beheer de wereldmarktleider vormt in luchtvaartcatering.

### PROJECTGEGEVENS

Dossiernummer: 2017-128  
Looptijd: 11/2017 tot 04/2018  
Subsidiebedrag: € 100.000

#### Een project van:

Econocom Lease

#### Samen met:

Aerocat, De Ster

[naar de databank >](#)



## BELANGRIJKSTE RESULTATEN

1

De **ecologische voordelen** van de nieuwe trolley zijn groot: tot 30% minder brandstof, lagere CO2-uitstoot, gebruik van recycleerbare materialen, minder onderhoud, langere levensduur, slimmer benut kapitaal en hergebruik van tweedehandse trolleys.

2

De ATAAS helpt luchtvaartmaatschappijen bij het **innoveren van hun klantenrelatie**: van een loutere tickettransactie naar een **langdurige relatie** gecentreerd rond service, support en experience. Marketingstrategieën die enkel draaien om de laagste prijs, worden verleden tijd.

3

De ATAAS is gemaakt uit **plastic** (i.p.v. geleidend aluminium) wat veel meer mogelijkheden biedt om de trolley uit te rusten met allerlei **digitale, innovatieve snufjes** (WiFi, Bluetooth, track & trace systeem ...). Dit houdt zowel voordelen in voor de luchtvaartmaatschappij als voor haar reizigers.

## BELANGRIJKSTE GELEERDE LESSEN

1

Veel bedrijven zien in dergelijke innovaties altijd **risico's** die ze liever vermijden. Hoewel we zeker weten dat ons product-as-a-service model een **grote meerwaarde** kan vormen, zal het toch belangrijk zijn om eerst de **positieve resultaten op vlak van efficiëntie en kostenbesparing** te bewijzen. Dat zal bedrijven **motiveren en geruststellen** om de stap te zetten naar dit nieuwe model.

2

Desondanks de goede resultaten van dit project, beseffen we dat we nog een **lange weg** moeten afleggen om dit circulaire businessmodel volledig te implementeren. Dergelijke evoluties **vragen tijd** en het marktgedrag beïnvloeden is een **complex proces**.

3

Dit project was voor alle deelnemers een echte **eyeopener**. Iedereen was van nature al gemotiveerd om een bijdrage te leveren aan een betere, duurzamere wereld, maar dit project maakte duidelijk dat het vooral onze **goede samenwerking** is die het **verschil kan maken**, veel meer dan de loutere optelsom van de individuele inzet van de verschillende partners.

## WAT BRENGT DE TOEKOMST?

Het innovatieve product-as-a-service model heeft een **aantal aantrekkelijke voordelen**, maar dat wil ook niet zeggen dat er een **magische formule** bestaat die sowieso tot succes leidt. Zowel vraag als aanbod moeten synchroon geïnteresseerd en gemotiveerd zijn om over te stappen op het model.

Het is wel duidelijk dat het product-as-a-service model een echte kans is om **sterkere klantenrelaties** op te bouwen, **meer inkomsten** te genereren en een **competitievere marktpositie** te creëren. We verwachten dat binnen dit en 5 jaar het model steeds **populairder** zal worden en ook klanten meer zullen vragen naar een verandering in die richting.