1. **Erik Sijmons (Samsonite)**

Al sinds 1986 werkt Erik Sijmons (\*1959) voor Samsonite, zowat zijn hele loopbaan. Samen met Samsonite streefde hij ernaar om met innovatieve producten het verschil te maken. Aanvankelijk stond Erik Sijmons enkel in voor het ontwerpen van componenten, maar in de loop der jaren ontwierp hij meer en meer volledige koffers, in totaal zo’n 34 collecties die werden gecommercialiseerd. In 1994 ontwierp hij de eerste hardschalige koffer met een rits (*Ziplite*) in composiet, een pionier voor lichtgewicht bagage. Sindsdien is het innovatieproces niet meer gestopt. Optimalisatie van de mobiliteit, het gewicht en de resistentie waren zijn bekommernissen. Met *Cosmolite* (2008) ontwierp Erik een van de meest iconische producten ooit. Na 12 jaar is deze in zijn categorie nog steeds een van de lichtste en meest verkopende collectie. Deze koffer heeft de identiteit van Samsonite kracht bijgezet en zorgde er mee voor dat het bedrijf onder de naam *Curv technology* een nieuwe productcategorie op de markt kon brengen. Sinds 2012 bouwt Erik Sijmons de Europese designafdeling uit. Hij zet de lijnen voor de lange termijn uit, en heeft een sterke visie over hoe de koffer van de toekomst er moet uitzien. Dat motiveert hem om te blijven experimenteren. Deze constante drang naar innovatie gaat hand in hand met design. Goed design moet de consument emotioneren, zijn leven vereenvoudigen en de wereld veranderen. “Net in het kunnen samenbrengen van al deze factoren ligt de kracht van ontwerpers”, aldus nog Erik Sijmons.

1. **Niko**

Het familiebedrijf Niko, uit Sint-Niklaas, vierde vorig jaar zijn 100-jarig bestaan en is Belgisch marktleider in de productie van elektrisch installatiemateriaal, schakelaars en stopcontacten) en huisautomatisering. Niko boekte in 2018 een omzet van meer dan 175 miljoen euro en kijkt vol vertrouwen naar de toekomst, gedreven door een bedrijfsstrategie die sterk inzet op innovatie, marktexpansie en investering in eigen productie. Met een R&D-team van 90 mensen in verschillende landen, zet Niko in op doordacht design en creëert het innovatieve oplossingen om het leven thuis en op het werk flexibel en gemakkelijker te maken en gebouwen comfortabeler, veiliger en energiezuiniger. Niko zette de voorbije 10 jaar voluit in op vooruitstrevende productietechnieken en zal, met de opkomst van artificiële intelligentie, de komende jaren zwaar blijven investeren in de verdere modernisering van de fabriek.

1. **Studio Plastique**

Studio Plastique is een multidisciplinair design en onderzoeksbureau dat opgericht werd door Archibald Godts en Theresa Bastek toen ze afstudeerden aan de Design Academy Eindhoven in 2016.

De jury koos hen omwille van hun attitude als onderzoeker. Zij staan model voor de designer vandaag die een positieve en duurzame maatschappelijke impact nastreeft. Beiden delen veel inspiratie en een ruime denkwereld. Hun voorkeur gaat uit naar wat anderen over het hoofd zien. In hun werk proberen ze links te creëren tussen het verleden, het heden en de toekomst, de ratio en het hart, materieel en emotioneel, de werkelijkheid en het virtuele, en tussen het menselijke en de machine.

Fundamenteel onderzoek naar duurzaamheid staat centraal. Naast maatschappelijk relevante thema’s zoeken ze ook naar andere invalshoeken. Woorden als poetisch, esthetisch en perfectionistisch zijn dan ook zeer herkenbaar in hun werk.

Dit streven naar empathische benaderingen in een steeds meer ontmenselijkte wereld, in combinatie met een rationele methodologie, resulteert in omgevingen en objecten die zijn ontworpen voor het menselijk leven om te bloeien, evenals in kritische bedenkingen op hedendaagse toestanden en in aanbevelingen voor toekomstige scenario's.

CITAAT

NL

“Momenteel kunnen we het meest betekenen als katalysator en agent-provocateurs die processen op gang trekken, de aanstichters.”

ENG

“We can be much more useful as catalysers, agent-provocateurs that trigger processes, instigators.”

FR

1. **Ecover**

Ecover (Malle) startte in 1979 volop vanuit de milieuproblematiek en is sindsdien innovator op de markt van de onderhoudsproducten. Er werken 400 mensen in de verschillende vestigingen in Europa en de VS. Het bedrijf kiest niet enkel productgewijs maar ook op bedrijfsniveau voor een duurzame en milieuvriendelijke aanpak.

In alle schoonmaakproducten zaten eind jaren ‘70 fosfaten die in het water terechtkwamen. Dit zorgde voor zuurstofarm water in de natuur en negatieve gevolgen voor het milieu. Na lange research en ontwikkeling slaagde Ecover erin hun producten fosfaatvrij te maken. Dit was een Belgische primeur, want de markt voor alternatieve schoonmaakproducten was op dat moment nog onontgonnen terrein. In-house richtte Ecover een incubator voor innovatie op voor het bedrijf en voor de consument. Door de jaren heen bleef Ecover experimenteren en innoveren, en kwam het met een milieuvriendelijk productieproces, met de eerste *refill* systemen en haalt het ingredienten uit afval (zoals afvalstoffen die vrijkomen bij het maken van alcoholvrij bier, i.s.m. Inbev).

Ecover staat voor vernieuwing en milieuvriendelijke vooruitgang, als rode draad doorheen de gehele bedrijfscultuur en -strategie.