International Grown Diamond Association
IGDA

LID IN DE KIJKER

60 seconden met...

Heer Shah

VP Merkstrategie en Marketing bij Heyaru Group

HEYARU
CARBON REINVENTED

"Grotere, helderdere en groenere diamanten, gemaakt in Europa."

*Met meer dan 5 jaar ervaring en afgestudeerd aan Imperial College London, is **Heer Shah** gespecialiseerd in strategie, digitale innovatie, marketing en klantrelaties, waarbij hij merken helpt opschalen in de direct-to-consumer en e-commerce ruimte. Ze is lid geworden van de Heyaru Group om hun merk strategisch te vestigen en hun omzet te laten groeien. Daarvoor werkte ze met merken als Procter & Gamble, Rituals, Pandora en The North Face.*

Als bedrijf streeft Heyaru ernaar om de toonaangevende producent van in het laboratorium gekweekte diamant te worden door zeer disruptieve technologieën en toepassingen van diamant te innoveren. We proberen de wetenschappelijke vooruitgang van de regio naar een hoger niveau te tillen en tegelijkertijd voorbeeldige rentmeesters van het milieu te zijn door 100% hernieuwbare energie- en waterstofopwekkingstechnologieën te gebruiken. We willen de consument sterker maken door de beschikbaarheid van onze diamanten voor edelsteentoepassingen te decentraliseren en hen een keuze te geven met een duidelijke traceerbaarheid van herkomst.

Vertel ons over Heyaru Engineering en uw visie voor het bedrijf...

Heyaru begon in 2012 met het idee om een LGD (lab-grown diamanten) te creëren. De visie is om erkend te worden als een technologiebedrijf voor de productie van geavanceerde materialen. Het creëren van materialen zoals diamanten die kunnen worden gebruikt voor het maken van gereedschappen en toepassingen die de mensheid aanzienlijk vooruit helpen.

Wat we bij Heyaru willen doen, is heel interessant. We willen de productie opschalen en de beschikbaarheid van onze diamanten decentraliseren, waardoor de consumenten sterker worden en ze meer keuze krijgen. We willen kennis creëren en de wetenschappelijke vooruitgang van de regio naar een hoger niveau tillen, en we willen de eindconsumenten opleiden en er contact mee maken. We willen een voorbeeldrol zijn als het gaat om het milieu en gebruiken 100% hernieuwbare energie.

Omdat elke locatie zijn eigen voordelen heeft, produceren we momenteel in België en India. Aanvankelijk zijn we bij Heyaru meer een B2B-bedrijf, maar binnenkort zullen we een consumentgericht merk ontwikkelen, omdat het doel is om het product zo dicht mogelijk bij de daadwerkelijke eindconsument te brengen. De strategie is nog in voorbereiding, dus momenteel richten we ons op het opschalen van de productie.

Technologische innovatie lijkt de kern van Heyaru te zijn. Vertel ons over de focus van het bedrijf op Type IIa-diamanten en de splitsing tussen de productie van diamanten van edelsteenkwaliteit versus industriële toepassingen voor diamanttechnologieën?

Alle diamanten die we produceren in onze CVD-reactoren zijn van type IIa, waarvan de meeste worden gebruikt voor edelsteentoepassingen. We proberen veel dingen in onze productie te verbeteren met behulp van groene energie en waterstof die in onze eigen gebouwen worden opgewekt, en we nemen verder automatisering en massaproductie op om de efficiëntie te verbeteren. Een combinatie van verschillende dingen om de diamanten die we produceren groter, beter, helderder en groener te maken. Momenteel wordt ongeveer 2% van onze diamanten gebruikt voor industriële toepassingen en academische onderzoeksdoeleinden.

Heyaru is van oorsprong een Indiaas bedrijf met het hoofdkantoor in de VAE en wil de grootste diamantfabriek in de EU worden. Vertel ons over uw strategische groei-uitbreidingsplan voor deze fabriek in Vlaanderen en waarom u ervoor kiest om uw fabriek in België te vestigen?

Ja, we zijn van Indiase afkomst, met ons hoofdkantoor in de VAE. Onze strategie is om onze productie gefaseerd uit te breiden, we zitten momenteel in fase I en we zullen financiering aantrekken om verder uit te breiden. In de EU zijn we al in productie sinds 2020 en onze eerste stappen zouden zijn om ons te richten op de edelsteenapplicatie-industrie, waarna we naar andere hoogwaardige industriële toepassingen zullen gaan door de productie op te schalen.

Voor R&D en andere ontwikkelingen werken we samen met lokale en internationale universiteiten. Het plan is om gefaseerd verder uit te breiden en de grootste diamantfabriek in de EU te worden, waardoor onze eigen Diamond Valley in het hart van Europa ontstaat. We zijn van plan om ons doel tegen 2026/2027 te bereiken, ervan uitgaande en hopend dat er geen verdere geopolitieke factoren of pandemieën zijn die onze groei onderbreken!

Kun je ons een beetje technisch inzicht geven in de door jou geselecteerde productiemethoden en waarom je hebt gekozen om je te specialiseren in CVD-technologieën?

Bij Heyaru, in België, concentreren we ons op de CVD-technologie (Chemical Vapour Deposition) en de reden hiervoor is dat deze technologie ons in staat stelt om milieuvriendelijker te produceren. We denken dat CVD schoner is in vergelijking met HPHT en daarom hebben we voor CVD gekozen.

Als je naar de arielfoto's van je plant kijkt, lijkt het erop dat je een enorme investering in zonne-energie hebt gedaan. Vertel ons over uw benadering van hernieuwbare energiebronnen en duurzaamheid, met name in het licht van de aanhoudende energiecrisis...

Rondom onze fabriek wordt er regionaal flink geïnvesteerd in zonne- en windenergie. Zodra onze fabriek klaar is, willen we onze diamanten laten produceren met hernieuwbare energie. Zoals vermeld in onze missie, streven we ernaar om onze productie te hebben met 100% groene stroom en 100% groene waterstof. Dat is het doel!

De regio waar we zijn gevestigd, is een van de beste voor de opwekking van hernieuwbare energie uit zonne- en windenergie. Momenteel gebruiken we ongeveer 50%-75% zonne-energie, afhankelijk van het seizoen. Zo gebruiken we in de zomer 75% zonne-energie en in de winter zo'n 50% in onze productie.

Gezien de ambitieuze en unieke plannen die Heyaru in deze ruimte heeft, wie zijn volgens u uw belangrijkste concurrenten?

Momenteel zijn er in de in het laboratorium gekweekte ruimte, vooral in CVD, slechts ongeveer 25 of 30 spelers in de wereld. Daarom is er niet veel concurrentie zoals in de natuurlijke diamantruimte met duizenden spelers.

In de toekomst zal de concurrentie in de laboratoriumruimte alleen maar groeien, vooral omdat er geld te verdienen valt. Bovendien is het een wetenschappelijk geavanceerd product waarvoor voortdurende R&D-investeringen nodig zijn om verdere groei mogelijk te maken. Er zullen nieuwkomers zijn die deze ruimte zullen betreden omdat er potentieel in de marketing zit, en het zal opwindend voor hen zijn.

In de in het laboratorium gekweekte ruimte is men altijd geïnteresseerd omdat je probeert marktleider te zijn, je wilt een grotere, betere en helderdere steen sneller en groener maken! Bovendien werkt men ook aan de nieuwste technologie, dus soms zijn winnen en verliezen niet eens de doelen, het is de echte opwinding en passie van het kweken van de diamant, wat het leuke is!

Uiteindelijk zijn het de consumenten die onze ultieme partners zijn en daarom is het spannend om ons voortdurend te ontwikkelen, zodat we onze producten op een ethische en economisch haalbare manier bij de consument kunnen brengen. Ik zeg ethisch, want met LGD kiezen consumenten ervoor om hun geld uit te geven aan een product dat indirect helpt de planeet te redden, aangezien er geen graaf-, mijnbouw-, boor- en tonnen grondverplaatsing zijn, en ik zeg economisch omdat er een extra besparing is die de consument kan dan besteden aan andere leuke en spannende dingen.

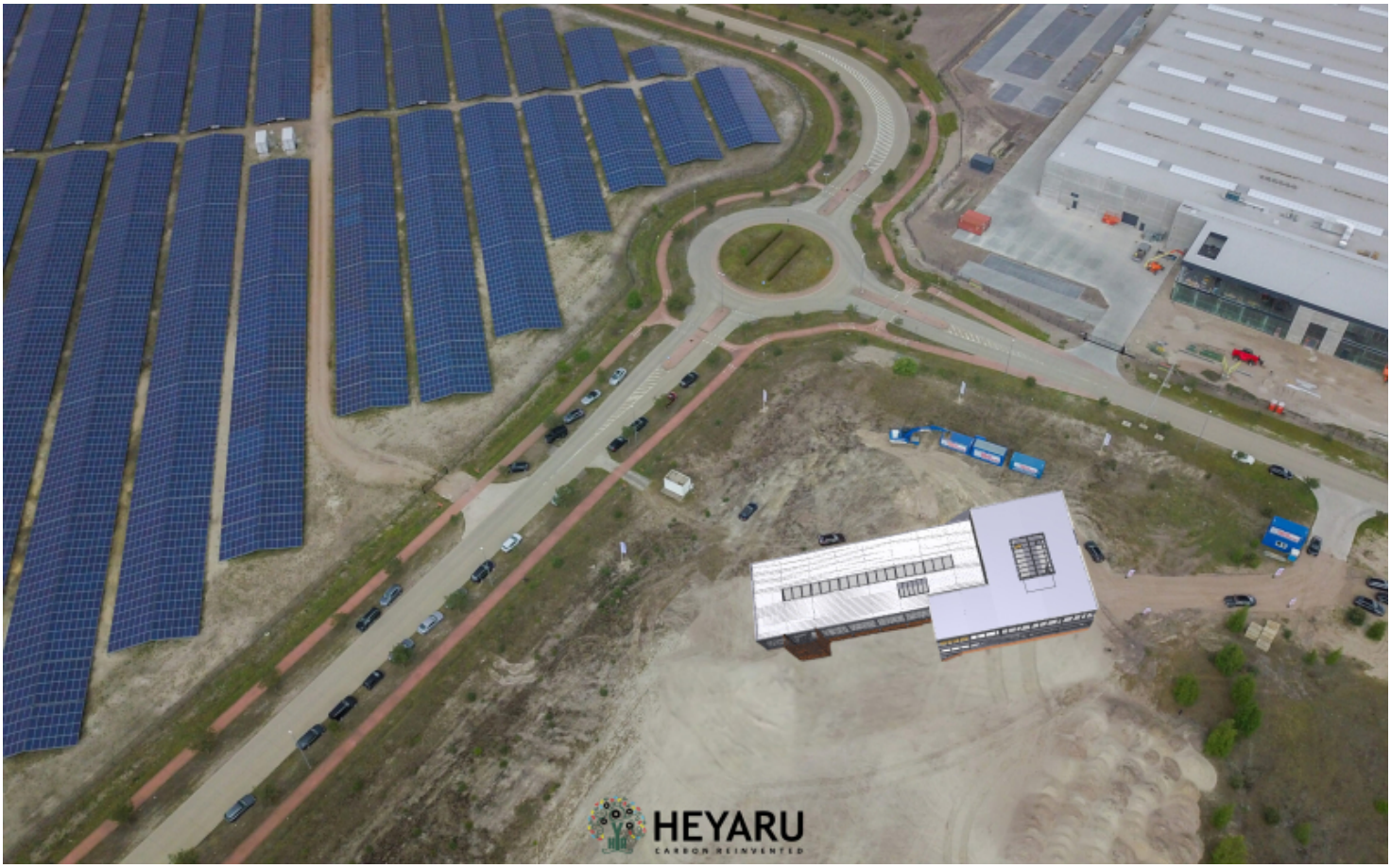
Wanneer is een verwachte lancering op de markt gepland? Zal dit in eerste instantie gericht zijn op de EU?

Momenteel ligt onze focus op het bedienen van de B2B markt, daar is enorm veel vraag naar aangezien de prijzen ook erg aantrekkelijk zijn. Later zijn we van plan om naar B2C te gaan en natuurlijk zal onze eerste doelmarkt de VS zijn. Met onze belangrijkste missie om groene diamanten te zijn, gemaakt in Europa, gekweekt volgens de meest ethische normen; we zullen proberen samen te werken met enkele erkende sieradenmerken of ontwerpers en dan ook de Europese markt aanboren. De markten gaan nog steeds open, het bewustzijn voor LGD is enorm toegenomen in vergelijking met 10 jaar geleden. Op de lange termijn zal LGD de vooruitgang van de hele mensheid ten goede komen.

Wat was je motivatie om lid te worden van de IGDA en welke impact zou je willen hebben op de industrie?

IGDA is een instelling voor LGD en het is onze rechtmatige plicht om lid te worden van de IGDA. In feite zijn we veel later bij IGDA gekomen in vergelijking met sommige andere spelers en dat betreuren we, maar we zijn nu trots om te zeggen dat we lid zijn van de IGDA-groep die lab-grown diamanten promoot. We staan samen met IGDA en andere leden om ervoor te zorgen dat de Lab Grown-diamantindustrie floreert; consumenten krijgen de maximale kennis en hebben toegang tot een ruime keuze aan gecreëerde diamanten.

Bezoek Heyaru

Website: https://www.heyaru.com/

Linkedin: https://www.linkedin.com/company/heyaru/posts