

WERELDWIJS

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

114

12 \ 2018

**CALLAS
CONFITURE**
VAN LOKALE HIT NAAR
INTERNATIONAAL MERK

ZUID-KOREA
LOST DE VERWACHTINGEN IN

EDITO

PRETTIGE FEESTDAGEN!

Beste lezer,

Met D-day in zicht breken voor premier May en de brexitonderhandelaars nog enkele spannende maanden aan. Op dit moment van schrijven is het nog altijd onduidelijk hoe het resultaat er zal uitzien. Maar los van welk scenario het ook wordt, een grondige voorbereiding zal sowieso nodig zijn. Daarom belichtten we de voorbije maanden de mogelijke gevolgen voor uw business aan de overkant van het Kanaal. In deze Wereldwijs gaan we op dit elan verder: we houden de kmo-subsidies tegen het licht die u helpen om uw export te heroriënteren of op juridisch en logistiek vlak het nodige te doen.

Het ontbreekt ons aan een glazen bol om de volledige impact van de brexit te kunnen inschatten. Wat we wél kunnen voorspellen, is dat volgend voorjaar grotendeels in het teken zal staan van de uitstap van het VK uit de EU. Al mogen we natuurlijk ook onze andere exportmarkten niet uit het oog verliezen. Zo laten we u in dit nummer kennismaken met Aziatische tijger Zuid-Korea. Voorts lichten we alvast een tipje van de sluier op over onze contactdagen rond specifieke regio's waarmee we in 2019 – ter afwisseling met onze Exportbeurs – de verschillende provincies aandoen.

Hopelijk heeft FIT u het voorbije jaar kunnen inspireren om nieuwe markten aan te boren of uw voetafdruk in uw bestaande exportlanden te verstevigen. Met Wereldwijs, maar ook met de Exportbeurs, de Leeuw van de Export, zakenreizen en missies, beursdeelnames enzovoort. Misschien noteerde u al events uit ons actieprogramma 2019 in uw agenda? Wij verwelkomen u volgend jaar in elk geval graag (opnieuw). Vanuit het voltallige FIT-team wens ik u prettige feestdagen toe en een energieke start van het nieuwe jaar!

Claire Tillekaerts
Gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade



COLOFON

WERELDWIJS IS EEN UITGAVE VAN

FLANDERS INVESTMENT & TRADE

Koning Albert II-laan 37
1030 Brussel
T 02 504 87 11

www.flanderstrade.be
wereldwijs@fitagency.be

www.linkedin.com/company/20796
twitter.com/FlandersTrade

12\2018 **114**

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Claire Tillekaerts
Koning Albert II-laan 37
1030 Brussel

REDACTIE

Flanders Investment & Trade,
bijgestaan door Com&Co,
bureau voor contentcreatie en -strategie.

FOTO'S

imagedesk.be, Getty Images en Shutterstock

LAY-OUT EN DRUK

Vanden Broele Productions

Overnemen of vermenigvuldigen van artikels
is uitsluitend toegestaan met vermelding van bron
(bron: Wereldwijs/Flanders Investment & Trade).

WERELDWIJS

wordt gratis verspreid onder bedrijven.

WENST U EEN EXEMPLAAR?

Stuur een mail naar wereldwijs@fitagency.be
met uw adresgegevens.



4



IN GESPREK MET CALLAS CONFITURE

WE BLIJVEN
TROUW AAN ONS
BASISPRODUCT:
'HAUTE CONFITURE'

KAREN DEPOORTER,
ZAAKVOERSTER CALLAS CONFITURE

10 DOSSIER

ZUID-KOREA

Het Aziatische wonderkind groeit op

8 MARKTINFO

18 CONTACTDAGEN

19 TELEX

20 BREXIT

Bereid je voor op de brexit met deze 6 Vlaamse subsidies

22 EHBIO

Eerste Hulp bij Internationaal Ondernemen

24 ENTERPRISE EUROPE NETWORK

Europese Commissie gaat de strijd aan tegen sociale dumping

26 KALENDER

INHOUD



ID

Callas Confiture in cijfers (2017)

Sector: voeding

Opgericht in: 2012

Hoofdkantoor in: Gent

Aantal medewerkers: 4





CALLAS CONFITURE

VAN LOKALE HIT NAAR INTERNATIONAAL MERK

'SAUS MET SCHUIM', DAT WAS NAAR EIGEN ZEGGEN HET RESULTAAT VAN HAAR EERSTE POGING OM EEN POTJE AARDBEIENCONFITUUR TE MAKEN VOOR DE GASTEN VAN HAAR B&B. AAN HET WOORD IS KAREN DEPOORTER, GEBOREN ONDERNEMER EN VOLBLOED GENTENAAR. GEBETEN OM TE SLAGEN, ONTWIKKELDE ZE OP KORTE TIJD EEN TALENT IN HET CREËREN VAN KWALITEITSVOLLE, GEZONDE EN VOORAL LEKKERE CONFITUREN. HET SUCCES LIET NIET OP ZICH WACHTEN: CALLAS B&B WERD CALLAS CONFITURE. ZES JAAR LATER ZIJN DE CONFITUUR- EN KONFIJTCOLLECTIES UITGEGROEID TOT EEN INTERNATIONAAL MERK.

In elke B&B – zoals de naam al doet vermoeden – is het ontbijt een essentieel onderdeel van het succes. Dat was niet anders voor Callas B&B in de Gentse binnenstad. Net daarom ging zaakvoerster Karen Depoorter op zoek naar een manier om de kunstmatige, sterk gesuikerde confituur te vervangen door een gezondere versie. Ver hoefde ze daarvoor niet te lopen: met de aardbeien uit haar moestuin ging ze aan de slag. Na veel trial-and-error stond haar huis plots vol creatieve zoetigheid. Een uit de hand gelopen hobby die Karen Depoorter zelf 'haute confiture' noemt en zich als een lopend vuurtje verspreidde: meer en meer niet-gasten stonden in de rij voor een smaakvol potje confituur. Toen besepte ze dat er meer in zat.

CARRIÈRESWITCH

"Op een bepaald moment moet je een keuze maken", zegt Karen Depoorter. "Een B&B is een tof project, maar het beperkt enigszins je mogelijkheden. Daarom besloot ik zes jaar geleden om in de buurt een voormalig restaurant op te kopen en er

Callas Confiture te vestigen. Toen ook die locatie te klein bleek, verhuisden we in juli 2016 naar de zaak waar we nu met vier medewerkers het merk geleidelijk aan uitbouwen."

Gedurende al die tijd focuste Karen Depoorter zich op wat ze het beste kan: smaken combineren. Maar wat doe je als dat een internationaal succes blijkt? "Nuchter blijven en verder doen", lacht de zaakvoerster van Callas Confiture. "Al doende leer je het internationale ondernemerschap kennen, hoewel de eerste grote bestelling uit het buitenland toch even schrikken was."

GOED OMRINGD

Hoe ging je om met die plotse interesse uit het buitenland?

Karen Depoorter: "Ik merkte dat het menens was toen een Duitse klant uit het niets 14.000 potjes confituur bestelde. Dan is het zoeken naar oplossingen om op een efficiënte manier

aan de vraag te voldoen. Zo kon ik onmogelijk alle labels zelf aanbrengen, waardoor ik bij een beschutte werkplaats aanklopte voor hulp. Daar werd ik met open armen ontvangen en na al die jaren werken we nog altijd samen. Duurzaam ondernemen – zowel de sociale, economische als ecologische component ervan – dragen we hoog in het vaandel. Voor andere praktische en logistieke oplossingen, gaande van het bestellen van pallets tot transport, ging ik dan weer te rade bij mijn hulplijnen.”

Wie zijn die hulplijnen?

Karen Depoorter: “Ik heb een adviesraad, die is samengesteld uit ondernemers, een financieel adviseur, een strateeg en liefhebbers van het merk. Een idee dat ik tijdens een workshop van Voka opdeed. Daarnaast zijn ook mijn meter en peter – die ik binnen mijn netwerk gevonden heb – trouwe bondgenoten. Beiden zijn ervaren internationale ondernemers die Callas Confiture op vrijwillige basis ondersteunen met doeltreffend advies. Een van hen werkt als export sales director bij een bedrijf dat in 2017 nog de Leeuw van de Export won: Eline Blanchaert van Klingele Chocolate. Met hen kan ik naar hartelust brainstormen of gewoon eens stoom aflaten na een drukke dag. Ik sta er dus nooit echt alleen voor. Mijn derde hulplijn is FIT.”

Welke rol speelde FIT in de opmars van Callas Confiture?

Karen Depoorter: “Zonder FIT zouden we vandaag niet staan waar we nu staan. In de eerste plaats kunnen we dankzij het Actieprogramma van FIT jaarlijks deelnemen aan de vakbeurs bij uitstek voor zoetwaren wereldwijd: de Internationale Süßwarenmesse of ISM in Keulen. Door een gezamenlijke beursdeelname slagen we erin de kosten onder controle te houden én zichtbaar te zijn op een echt wereldevent. Een groot voordeel voor een kleine onderneming zoals Callas Confiture. De contacten die we leggen, toetsen we daarna af bij de experts van FIT.

Tijdens de Exportbeurs van FIT in juni 2018 kregen we dan weer de gelegenheid om een aantal van die experts te ontmoeten en face-to-face onze exportplannen te bespreken. Op die manier bouwen we een persoonlijke band op met de buitenlandse FIT-kantoren in onze huidige en toekomstige exportbestemmingen.

Tot slot is er de regionale adviseur Internationaal Ondernemen die steevast bereikbaar is voor advies en begeleiding. Zo kwam ze enkele jaren geleden langs en raadde mij aan om de Exportmeter van FIT af te nemen. Uit deze audit bleek dat we als bedrijf eerst nog bepaalde stappen moesten zetten om onze kansen op de exportmarkt te vergroten. Met een grote rebrandingoperatie hebben we intussen aan die opdracht voldaan.”

KLAAR VOOR DE GROTE SPRONG

Hoe pakte u die rebranding aan?

Karen Depoorter: “We hebben sinds kort vier volledig uitgewerkte en afgelijnde collecties: een signatuurcollectie, een ‘puur fruit’-collectie (‘low/no added sugar’), een konfijtcollectie en een geschenkcollectie. Bovendien maken we nu ook ‘private labels’ waardoor we onze potentiële afzetmarkt vergroten. Al onze collecties kregen nieuwe etiketten, zodat de verpakkingen voortaan met de kwalitatieve inhoud matchen en professionaliteit uitstralen.

Daarnaast staat onze nieuwe website – met Engelstalige versie – sinds oktober 2018 online, en is er een bijbehorende folder. Voor beide digitale projecten hebben we een subsidieaanvraag ‘digitale bedrijfscommunicatie voor internationalisering’ lopen bij FIT. De rebranding kreeg ook intern vorm: met gerichte investeringen stroomlijnden we ons productieproces om extra capaciteit vrij te maken.”

Welke invloed had dat proces op uw exportactiviteiten?

Karen Depoorter: “Als bedrijf groeiden we in 2017 met 25%, maar het exportaandeel in de totaalomzet zakte tot 18%. Een bewuste keuze: met onze rebranding zetten we de afgelopen 2 jaar een kleine stap achteruit op het vlak van export, om binnenkort een sprong voorwaarts te maken. Het heeft immers geen zin om een grote buitenlandse vraag te creëren als je er nog niet klaar voor bent. Nu zijn we dat wel.”

Wat maakt Callas Confiture uniek?

Karen Depoorter: “Callas Confiture brengt confituren en konfijten met unieke smaakcombinaties op de markt. Daardoor zijn het niet enkel ontbijtproducten, maar worden ze ook door heel wat chefs gebruikt in hartige toepassingen. Alles wordt nog altijd ambachtelijk gemaakt en ik proef nog

MET FLANDERS
INVESTMENT
& TRADE ALS
HEFBOOM
ONTWIKKELDEN
WE EEN
EXPORTWAARDIG
PRODUCT

EXPORT IS
EEN KWESTIE VAN
FOCUS



zelf elke 'product batch' voor ze verpakt wordt. We blijven daarmee trouw aan ons basisproduct: 'haute confiture'. Ik kreeg ook al de vraag om bijvoorbeeld chocopasta's of fruitsappen te maken, maar daar ga ik niet op in. Door ons te focussen op wat we goed doen, bouwden we geloofwaardigheid op in de sector en die willen we niet te grabbel gooien. Als onderneming met vier werknemers moeten we stapsgewijs tewerk gaan."

Hanteert u die gerichte aanpak ook in uw exportstrategie?

Karen Depoorter: "Ja. Zo proberen we eerst de Europese markt te bespelen. Waarom ingaan op interesse uit Japan, Singapore of Saudi-Arabië als er nog zoveel potentieel dicht bij de deur is? Het klinkt soms verleidelijk, maar als internationale ondernemer moet je 'neen' durven zeggen. Voorlopig staan we daarom vooral sterk in Nederland, Spanje en Duitsland. Landen waar we snel resultaat halen, die onze (ontbijt) cultuur delen en tot de eengemaakte markt behoren. Nu de rebranding achter de rug is, kijken we wel uit naar nieuwe exportbestemmingen."

BLIK OP DE TOEKOMST

Welke exportbestemmingen wil Callas Confiture in de toekomst aanboren?

Karen Depoorter: "We willen vooral de juiste afzetmarkten vinden. Zo bieden de Scandinavische landen veel mogelijkheden voor ons. Confituur is eerder een winterproduct, dus Noord-Europa komt dan al snel in beeld. Scandinaviërs hebben ook een voorkeur voor culinaire producten en de middelen om die te kopen. Dankzij de Exportbeurs konden we onze exportplannen eerder dit jaar al bespreken met de landenexperten van FIT in Scandinavië. Daarnaast willen we ons nog sterker profileren op de Duitse markt en richten we ons meer en meer op luxehotels uit verschillende Europese landen. Die proberen zich van hun concurrenten te onderscheiden door voorverpakte confituur in te ruilen voor kwaliteitsvolle producten. De consument wordt veeleisender en Callas Confiture vaart mee op die golf."

DE VOEDSELVERWERKENDE INDUSTRIE IN THAILAND

Met een aandeel van 23% aan het bbp levert de voedselverwerkende industrie een belangrijke bijdrage aan de economie van Thailand. Deze business kon zich in het afgelopen decennium erg snel ontwikkelen dankzij technologische verbeteringen en het doorzettingsvermogen van de privésector.

Om aan de groeiende vraag naar verwerkte voedingsmiddelen te voldoen, besliste de Thaise overheid om Thailand om te vormen tot het grootste handels- en distributiecentrum van voedingsproducten in Azië. De nadruk ligt sterk op kwaliteit, hygiëne, sanitaire voorzieningen, voedselveiligheid en gezondheid, een hogere toegevoegde waarde en de naleving van milieuvoorschriften.

Deze sectorstudie van ons kantoor in Bangkok schetst een beknopt overzicht van de voedselverwerkende sector in Thailand.

GEREGELD BUNDELEN ONZE VLAAMSE ECONOMISCHE VERTEGENWOORDIGERS (VLEV'S) DE LOKALE ZAKEN-OPPORTUNITEITEN IN OVERZICHTELIJKE MARKTSTUDIES.

U KAN ZE ALLEMAAL LEZEN EN DOWNLOADEN OP WWW.FLANDERSTRADE.BE, ONDER DE RUBRIEK 'LANDEN'.

COSMETICA EN HUIDVERZORGING IN HONGKONG

Ons kantoor in Hongkong stelde deze studie op over de cosmetica en huidverzorgingssector ter plaatse. Hierin vindt u onder meer informatie terug over de invoercijfers, markttrends, distributiekkanalen en vakbeurzen. Zoekt u potentiële invoerders of bijkomende informatie, dan kan u altijd terecht bij FIT-Hongkong.

WAT ZIJN DE MOTIVATOREN EN DEMOTIVATOREN VAN VLAAMSE BEDRIJVEN OM HANDEL TE VOEREN IN SPANJE?

Doelstelling van deze marktstudie is een antwoord te formuleren op de vraag 'Wat zijn de motivatoren en demotivatoren van Vlaamse bedrijven om handel te voeren in Spanje?'. Daarvoor werd een grondig onderzoek uitgevoerd op basis van studies, online

documenten, artikels en diepte-interviews. De economische crisis van 2008 heeft heel wat schade berokkend. Met deze handleiding kunnen Vlaamse bedrijven uitdokteren of het voor hen voordelig is of niet om handel te voeren in Spanje.

DE TECHNOLOGIESECTOR IN TEXAS

In deze reeks Engelstalige rapporten van het FIT-kantoor in Houston bespreken we de technologiesector in de vier grootste steden van Texas: Austin, Houston, San Antonio en Dallas. De rapporten bespreken onder meer de technologiesectoren, de marktkansen en de hoofdspelers. Ook krijgt u interessante links naar bronnen. Texas is de op tien na grootste economie ter wereld en biedt onderdak aan meer dan 50 Fortune 500-bedrijven, maar internationale bedrijven van elke omvang zijn er welkom.

FLORIDA - TECHNOLOGIECLUSTERS

Florida is een economische sterkhouder binnen de VS. Wereldwijd presteren slechts 17 economieën beter dan de staat. Ook zijn locatie heeft Florida mee: omringd door de Atlantische Oceaan en de Golf van Mexico zorgen de havenpoorten en luchthavens voor gemakkelijk handel drijven met Zuid-Amerika, de Caraïben en de rest van de wereld. In deze marktstudie leest u meer over de belangrijkste technologieclusters en opportuniteiten in de regio's St. Petersburg-Orlando en Orlando-Miami in Florida. Download de marktstudie en kom meer te weten over:

- lifesciences;
- informatietechnologie;
- lucht- en ruimtevaart;
- duurzame energie;
- gaming.

DE MARKT VAN DE VOEDINGS-SPECIALITEITEN IN DE VS

Vlaamse voedingsproducten staan garant voor kwaliteit, innovatie en diversiteit. In de VS vallen onze voedingsproducten dan ook erg in de smaak. Benieuwd hoe u deze markt moet benaderen? Deze marktstudie biedt u een inleiding tot de structuur van de Amerikaanse voedingsdistributie en in het bijzonder tot de industrie van voedingsspecialiteiten.

In deze geüpdatete studie ontdekt u:

- de kenmerken van de markt;
- de distributiekkanalen;
- de sleutelkenmerken;
- de laatste trends;
- een overzicht van relevante organisaties, publicaties en beurzen.

Download alle marktstudies op
www.flanderstrade.be

DOSSIER

ZUID-

HET AZIATISCHE WONDERKIND
GROEIT OP



-KOREA



ZUID-KOREA BEHOORDE VOLGENS DE AMERIKAANSE INVESTERINGSBANK GOLDMAN SACHS IN 2005 TOT DE GROEP VEELBELOVENDE LANDEN DIE DE WERELDECONOMIE VORM ZOULDEN GEVEN IN DE 21E EEUW, DE ZOGEHETEN NEXT ELEVEN. VAN DAT BELOFTENELFTAL LOSTEN VOORAL DE AZIATISCHE LANDEN, ZOALS VIETNAM EN BANGLADESH, DE VERWACHTINGEN IN. MAAR ZUID-KOREA SPANT DE KROON: HET IS ALS ENIGE ZIJN STATUS VAN OPKOMENDE ECONOMIE AL ONTGROEID IN 2018.

“HET LAND HEEFT NU DE OP 10 NA GROOTSTE ECONOMIE TER WERELD EN EEN LEVENSTANDAARD DIE NAUW AANSLUIT BIJ OF ZELFS VOORLIGT OP DAT VAN VELE EUROPESE LANDEN”, ZEGT FREDERIK DE POTTER, ONZE FIT-VERTEGENWOORDIGER IN DE HOOFDSTAD SEOEL. “MAAR GEEN NOOD: DE GROEIMARGES ZIJN NOG LANG NIET UITGEPUT.”

Vandaag doet niets het vermoeden, maar Zuid-Korea was in de jaren 50 van de vorige eeuw een van de armste landen ter wereld. De bloedige burgeroorlog (1950-1953) tussen Noord- en Zuid-Korea had diepe sporen nagelaten op beide delen van het Koreaanse schiereiland. Zo lag Seoel volledig in puin. Hoe kan het dan dat diezelfde stad in 2010 tot World Design Capital werd uitgeroepen en Zuid-Korea al jaren lid is van de G20? Frederik De Potter, FIT-vertegenwoordiger in Zuid-Korea, geeft tekst en uitleg.

WORK, SLEEP, REPEAT

Hoe slaagde Zuid-Korea erin om in de tweede helft van de 20e eeuw het tij volledig te doen keren?

Frederik De Potter: "Misschien wel de grootste verdienste van de Zuid-Koreaanse overheid is dat ze gedurende decennia de bevolking wist te scharen achter 1 doel: samen aan de toekomst werken. De industrialisatie en economische diversificatie waren enkel mogelijk doordat er een groot draagvlak voor was en de Zuid-Koreanen generaties lang leefden om te werken. Het was pas in juli 2018 dat president Moon Jae-in de maximale duur voor een werkweek terugbracht naar 52 uur. Daarvoor was dat nog 68 uur. Die competitieve arbeidsethos en drang om vooruitgang te boeken, is ongetwijfeld een van de sleutelementen van het succes van het economische inhaalmanoeuvre – ook wel het Mirakel aan de Han-rivier genoemd."

'CHAEBOLS' ALS DRIJVENDE KRACHT

Welk economisch model ging daarmee gepaard?

Frederik De Potter: "Tussen 1946 en 1978 kreeg Zuid-Korea als strategische bondgenoot van de VS in de Koude Oorlog ongeveer 60 miljard dollar aan steun van de Noord-Amerikanen. Dat is bijna evenveel als alle Afrikaanse landen samen in dezelfde periode. Met dat geld werd de wederopstanding ingezet. In de eerste plaats door een gunstig investerings- en belastingklimaat te creëren voor de zogeheten 'chaebols'. Dat zijn de typische Zuid-Koreaanse conglomeraten die door machtige families worden gerund. Met de hulp van de overheid groeiden die op enkele decennia tijd uit tot ware megabedrijven. De bekendste – en grootste – zijn daarbij Samsung, Lotte, LG, SK en Hyundai."

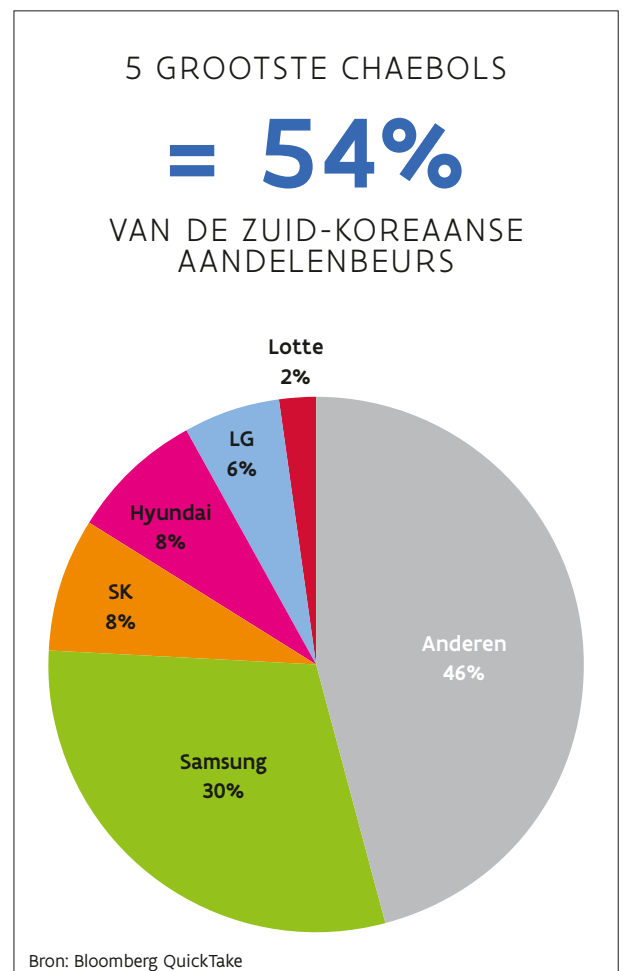
EEN HANDVOL
BEDRIJVEN DOMINEERT
DE ZUID-KOREAANSE
ECONOMIE

Hebben de 'chaebols' vandaag nog steeds zo veel economische macht in handen?

Frederik De Potter: "Ja. Verschillende presidenten probeerden hun invloed te verkleinen, maar met wisselend succes. Een belangrijk element daarbij is dat de grote 'chaebols' zich niet beperken tot één sector. Samsung is bijvoorbeeld veel meer dan een technologiebedrijf. Zuid-Koreanen kunnen geboren worden in een medisch centrum dat eigendom is van Samsung, daarna leren lezen en schrijven met Samsung-tablets en hun universitaire studies voltooien aan de prestigieuze Sung Kyun Kwan Universiteit, die nauwe banden heeft met Samsung. Maar daar stopt het niet. Samsung bouwt ook appartementsgebouwen en bezit zelfs uitvaartcentra. Sommige Zuid-Koreanen zijn bij wijze van spreken verbonden met Samsung van bij de geboorte tot hun dood. Economen schatten het aandeel van Samsung in de Zuid-Koreaanse economie op 15%."

Wat betekent dat voor Vlaamse internationale ondernemers?

Frederik De Potter: "Buitenlandse spelers zijn in Zuid-Korea meer dan welkom. Vele bedrijven maken ook van de aanwezigheid van de 'chaebols' gebruik om complementaire diensten of producten te leveren, zodat de grote conglomeraten geen concurrenten maar klanten worden. Wie de markt leert kennen, ziet al snel opportuniteiten."



NIEUWE UITDAGINGEN, NIEUWE KANSSEN

Kan die aparte dynamiek voor een blijvende groei zorgen?

Frederik De Potter: "De verwachte groeicijfers voor 2018 en 2019 liggen rond de 2,7%, bijzonder laag naar Zuid-Koreaanse normen. Dat komt grotendeels doordat het land een bijzonder exportgerichte economie heeft. Vandaag is Zuid-Korea de op 5 na grootste exporteur ter wereld, maar het opkomende protectionisme in belangrijke markten zoals de VS en een vertraagde groei bij grootste afnemer China – 25% van alle export gaat naar de overzeese buur – knagen aan de groeicijfers. Ook de dreigende handelsoorlog tussen de VS en China speelt in het nadeel van de Zuid-Koreaanse economie. Tot slot zijn er ook op het thuisfront enkele knelpunten."

Met welke binnenlandse uitdagingen heeft Zuid-Korea te kampen?

Frederik De Potter: "De werkloosheid is een groot probleem, zeker bij de jeugd. Sommige bronnen schatten die op een onrustwekkende 20%. Daarnaast heeft Zuid-Korea de snelst groeiende vergrijzing van alle OESO-landen. Tegen 2060 zouden de 65-plussers meer dan 40% van de bevolking uitmaken. Nu al zijn er meer zestigers aan het werk dan twintigers, want het officiële pensioen is voor velen onvoldoende om de eindjes aan elkaar te knopen. De in mei 2017 verkozen president Moon Jae-in wil daarom in zijn economische politiek de mensen centraal stellen: een hoger minimumsalaris en pensioen, jobcreatie, steun aan kmo's en meer sociale economie."

Waar liggen de kansen voor Vlaamse exporteurs met dat panorama voor ogen?

Frederik De Potter: "Door de toenemende vergrijzing en de toegankelijkheid van gezondheidszorg in Zuid-Korea zijn er mooie opportuniteiten voor zogeheten MedTech-bedrijven. Denk hierbij aan medische apparatuur, farmaceutische producten, hoogwaardige diensten voor de healthcaresector en innovatieve technologische oplossingen. De vraag naar hardware- en softwaretoepassingen beperkt zich niet enkel tot de medische sector, maar ook de Zuid-Koreaanse scheepsbouw, auto-industrie, financiële en milieusector zijn vragende partij. Kortom, Zuid-Korea is een uitstekende exportbestemming voor spelers die actief zijn in de domeinen van de vierde industriële revolutie: Internet of Things, Big Data Analytics, 5G, Cloud Computing, 3D, Artificiële Intelligentie, groene IT-toepassingen enz."

Zijn er naast ICT nog andere sectoren die mogelijkheden bieden?

Frederik De Potter: "Zuid-Korea is een heel bergachtig land met dichtbevolkte metropolen, waardoor het sterk afhankelijk is van import voor voedselvoorziening. Zo is er een nijpend tekort aan varkens- en rundvlees, granen, veevoeders en gevogelte, maar er zijn ook strenge invoerregelingen voor bepaalde producten. Op dit moment is Vlaamse export van pluimvee en rundvlees naar Zuid-Korea bijvoorbeeld niet toegestaan. We hopen daar snel verandering in te kunnen brengen, want de potentiële afzetmarkt is enorm. Daarnaast zien we een groeiende markt voor gezonde en hoogwaardige voedingsproducten met een nieuwe en gevarieerde smaak, terwijl Zuid-Koreanen ook grote voorstanders zijn van geïmporteerde degustatiebieren en andere 'speciale' dranken."



ZUID-KOREA IN 1, 2, 3, 4, 5

- 1e** OP DE INNOVATION INDEX VAN FINAN-
CIEEL DIENSTVERLENER BLOOMBERG

- 2e** OP DE ICT DEVELOPMENT INDEX VAN
DE VN

- 3e** BESTE ONDERWIJSSYSTEEM IN DE
WERELD

- 4e** OP DE EASE OF DOING BUSINESS INDEX
VAN DE WERELDBANK

- 5e** GROOTSTE INVESTEERDER IN RESEARCH
& DEVELOPMENT VOLGENS DE VN

BEVOORRECHTE HANDELSPARTNER

Is Zuid-Korea een 'makkelijke' exportbestemming voor Vlaamse ondernemers?

Frederik De Potter: "Meer en meer, een vrijhandelsakkoord tussen de EU en Zuid-Korea regelt sinds juli 2011 de wederzijdse import en export. Bijna alle industrie- en landbouwproducten kunnen intussen vrij verhandeld worden. Bovendien pakte het akkoord ook belangrijke niet-tarifaire handelsbelemmeringen aan voor auto's, farmaceutische producten, medische hulpmiddelen en elektronica. En leidde het tot een vooruitgang op het gebied van concurrentiebeleid en intellectuele eigendommen. Zo steeg de Europese export naar Zuid-Korea sinds het akkoord met 53%. Het eerste handelsverdrag van de EU met een Aziatisch land kent alleen maar winnaars."

Zijn er nog troeven die in het oog springen?

Frederik De Potter: "Als pas gepromoveerde wereldeconomie, geflankeerd door grootmachten China en Japan, is Zuid-Korea een uitstekende uitvalsbasis om de Aziatische markt te bespelen. FIT kan Vlaamse exporteurs ondersteunen om hier voet aan de grond te krijgen en een geschikte lokale partner te vinden. Dat laatste is vaak nodig om taalproblemen, financieringskwesties en onduidelijkheden over invoerdocumenten en certificeringen te verhelpen. Zuid-Koreaanse zakenpartners staan daarbij gekend als hoogopgeleide, ambitieuze en hardwerkende mensen die op zoek gaan naar een haalbaar, toekomstgericht businessplan waar alle partijen baat bij hebben."





TESTIMONIAL **1** D-TEACH **LIESELOT DECLERCQ** zaakvoester

ZUID-KOREAANSE ZAKENCULTUUR: 4 DINGEN DIE JE MOET WETEN

- 1** "Investeer voldoende tijd in duurzame relaties. Zuid-Koreanen zijn trouwe handelspartners en verwachten ook van jou hetzelfde engagement. Neem je bovendien de tijd om je Zuid-Koreaanse handelspartners op te zoeken, dan heb je niet één maar twee streepjes voor."
- 2** "Zakendoen in Zuid-Korea draait rond verticale hiërarchie en het tonen van respect binnen dat systeem. Niet alleen voor zakenlui die een hoge functie bekleden in een bedrijf, maar ook voor mensen die ouder zijn."
- 3** "Punctualiteit is heel belangrijk. Kom je vijf minuten te laat voor een meeting, dan begint je gesprek alvast met een valse noot. Zuid-Koreanen beschouwen het als een vorm van respectloosheid en nonchalance."
- 4** "Zuid-Korea staat gekend om zijn uitstekende onderwijssysteem, maar ga er niet zomaar van uit dat je gesprekspartner Engels spreekt. Een vertaler zorgt ervoor dat je kostbare tijd wint en je boodschap duidelijk wordt overgemaakt."

D-Teach is een Gents bedrijf dat digitaal afstandsonderwijs organiseert voor honderden Vlaamse jongeren verspreid over 42 landen.

TESTIMONIAL 2 CHILDHOME CÉDRIC RODRIGUES International Sales Manager

CHILDHOME VEROVERT STAPSGEWIJS DE ZUID-KOREAANSE MARKT

CHILDHOME UIT KONTICH ONTWERPT VEILIGE EN STIJLVOLLE BABY- EN PEUTERARTIKELEN VOOR KLANTEN IN MEER DAN 50 LANDEN, MAAR ZUID-KOREA NEEMT EEN SPECIALE PLAATS IN. DAAR PAKTE HET FAMILIEBEDRIJF IN 2015 UIT MET ZIJN EERSTE 'FLAGSHIP STORE'. "EEN ESSENTIEEL ONDERDEEL VAN ONZE COMMERCIEËLE STRATEGIE DIE WE ER MET ONZE LOKALE PARTNER UITBOUWEN", ZEGT INTERNATIONAL SALES MANAGER CÉDRIC RODRIGUES.

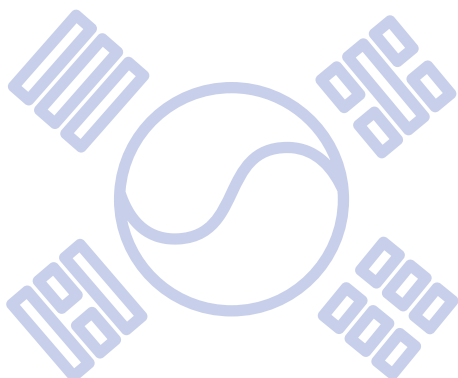
Niet Antwerpen of Gent, maar miljoenenstad Seoel werd de thuisstad voor Childhome's eerste 'flagship store', een winkel waar alle 700 producten van het bedrijf te koop zijn. "Normaal verkopen we enkel via gespecialiseerde winkels en winkelketens", geeft Cédric Rodrigues aan. "Maar om onze sales in Zuid-Korea – en bij uitbreiding Azië – te stimuleren, kozen we voor een nieuwe strategie die intussen zijn vruchten afwerpt."

COMMERCIEEL STAPPENPLAN

Cédric Rodrigues: "We leerden onze Zuid-Koreaanse distributeur kennen op de 'Kind + Jugend'-beurs in Keulen, het belangrijkste event in onze sector. Kort daarna stippelden we samen een langetermijnplan uit. Om onze merkbekendheid te vergroten, kozen we voor een 'flagship store' vlak bij een school en een ziekenhuis met kraamafdeling. Daar kunnen (toekomstige) mama's en papa's onze producten zelf ontdekken. In een tweede fase – die nu aan de gang is – bespelen we de markt zoals we in vele andere landen doen: via een distributeur die op talrijke lokale consumentenbeurzen aanwezig is, krijgen we eigen 'corners' in bestaande winkels."

LOKALE PARTNER ALS TROEF

Intussen werkt Childhome ook met distributeurs in Hongkong, Japan en Singapore, waardoor het Aziatische aandeel in de totaalomzet naar 8% gestegen is. Die samenwerking met lokale partners in verre markten is voor Childhome een logische keuze. "Dichter bij huis voel je zelf aan wat de consument wil", verklaart Cédric Rodrigues. "In een exportbestemming zoals Zuid-Korea vertrouw je de opvolging van het voortdurend veranderende consumentengedrag beter toe aan een lokale partner. Bovendien is dat een enorm voordeel op het vlak van certificering: onze distributeur geeft aan hoe wij onze handleidingen en verpakkingen moeten produceren en hij doet de rest."

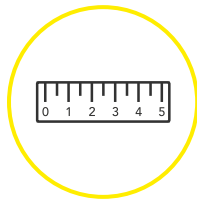


MEER WETEN OVER ZAKENDOEN IN ZUID-KOREA?

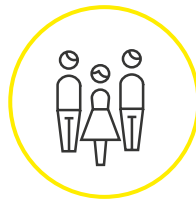
Raadpleeg ons landendossier op www.flanderstrade.be of neem contact op met het provinciaal kantoor in uw buurt. Alle contactinfo vindt u op onze website.

FACTSHEET ZUID-KOREA

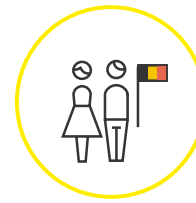
FLANDERSTRADE.BE



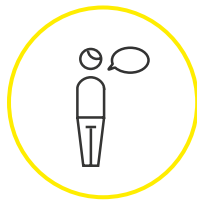
Oppervlakte
99.720 km²



Aantal inwoners
51,2 miljoen (2017)



Aantal Belgen ingeschreven in Seoel
210 (2018)



Officiële taal
Koreaanse

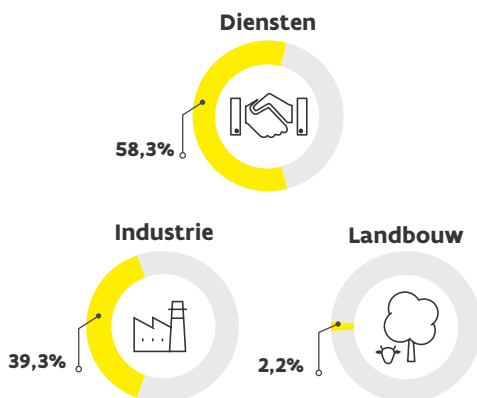


Munteenheid
Zuid-Koreaanse won (KRW):
1 EUR = 1.299 KRW (29/10/2018)

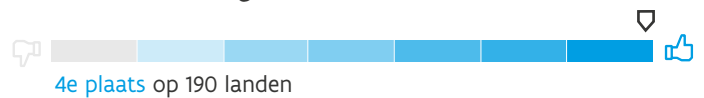


Zuid-Korea is volgens de Wereldbank het meest efficiënte land ter wereld voor het regelen van commerciële disputen

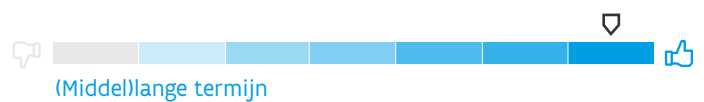
Aandeel economische sectoren in bbp (2017)



Ease of doing business index



Politiek risico



Commercieel risico (van A tot C)



Top 5 Vlaamse export naar Zuid-Korea

€ 1,35 miljard (2017)

- 16,5% Farmaceutica
- 9,6% Machines en mechanica
- 9,2% Kunststoffen
- 7,3% Wegtransportmaterieel
- 6,6% Anorganische chemie

Top 5 Vlaamse import uit Zuid-Korea

€ 2,63 miljard (2017)

- 25,5% Wegtransportmaterieel
- 14,6% Machines en mechanica
- 14,5% Ijzer en staal
- 12,7% Kunststoffen
- 7,9% Scheepvaart



VOOR AL UW EXPORTVRAGEN, ÉÉN ADRES: ONZE CONTACTDAGEN

ZE BESTAAN, DE ONDERNEMERS DIE ZONDER VOORBEREIDING AAN EXPORT BEGINNEN ÉN ER EEN SUCCES VAN MAKEN. TOCH BLIJVEN ZE DE UITZONDERING OP DE REGEL. DIE STELT IMMERS DAT GOED BEGONNEN HALF GEWONNEN IS. DAT BETEKENT: ZO VEEL MOGELIJK INFORMATIE OVER UW DOELMARKT(EN) INWINNEN OM ZO EEN ONDERBOUWD EXPORTPLAN OP TE STELLEN. EEN PERSOONLIJK GESPREK MET EEN EXPERT TER ZAKE IS DAN GOUD WAARD. EN LAAT DAT NU NET DE HELE OPZET ZIJN VAN ONZE CONTACTDAGEN.

Ons buitenlandse netwerk is een van de unieke troeven van FIT. Vanuit bijna 90 kantoren verspreid over 76 landen helpen onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV) u er uw weg te vinden. Eenmaal per jaar komen onze economische landenexperts en enkele handelsattachés van onze zusterorganisaties AWEX en hub.brussels, op werkbezoek naar Vlaanderen. Het ene jaar voor onze 2-jaarlijkse Exportbeurs, de volgende keer voor de 2-jaarlijkse Contactdagen.

WAT?

Samen met Voka en UNIZO organiseren we de Contactdagen. Die vinden plaats in de verschillende Vlaamse provincies. Alle landenexperts komen met andere woorden naar u toe. Als het economisch interessant is, bundelen we soms landen, zodat u meerdere vliegen in een klap kan slaan. Op die manier steekt u uw licht op voor de hele Balkan, bijvoorbeeld.

HOE?

U kan zich snel aanmelden via www.flanderstrade.be. In Wereldwijs kondigen we telkens de betrokken landen ruimschoots op voorhand aan. De adviseur Internationaal Ondernemen bekijkt dan of een gesprek tijdens de Contactdagen de beste manier is om u te helpen. Soms kan een van onze andere acties of diensten namelijk meer aangewezen zijn.

SAVE THE DATE

Heeft u concrete vragen over exporteren naar een specifieke doelmarkt? Check in de bijgevoegde folder wanneer deze vertegenwoordigers naar Vlaanderen komen en schrijf u in. Hopelijk mogen we u verwelkomen op een van onze Contactdagen!

TELEX



1.507

Logistieke speler **KATOEN NATIE** uit Antwerpen lanceerde de grootste zonnepaneleninstallatie op 1 dak in Singapore. De opgewekte stroom zal het elektriciteitsverbruik van maar liefst 1.507 4-kamerflats dekken.

Tijdens het jaarlijkse innovatieforum INNOVET in de Hongaarse hoofdstad Boedapest bekroonde het Europees Instituut voor Innovatie en Technologie (EIT) een aantal Europese ondernemers voor hun innovaties op het vlak van energie, gezondheid en voeding. Bieke Van Gorp, directeur bedrijfsontwikkeling en medeoprichter van **FIBRICHECK**, nam de EIT Venture Award mee naar huis. Deze Hasseltse start-up ontwikkelde een mobiele app die het toelaat om hartritmestoornissen op te sporen via de smartphone.

////STOP////

Tijdens de AV Awards in Londen sleepte **RORYCO** de prestigieuze AV Award Distribution Product of the Year in de wacht. Het Edegemse bedrijf ontving deze belangrijke onderscheiding binnen de audiovisuele branche voor Crowdbeamer, een uniek presentatiesysteem dat schermhoud draadloos streamt naar alle laptops, smartphones en tablets in een livepubliek. Eerder won Roryco ook al Best of Show Awards op de NAB Show in Las Vegas en InfoComm US.

////STOP////

De inspanningen van **SGC** om voet aan de grond te krijgen in het Afrikaanse Tsjaad beginnen stilaan vruchten af te werpen. De producent van middenspanningscellen uit Nevele sleepte een bestelling van 2 miljoen euro in de wacht voor een groot project in de hoofdstad Ndjamena. Het Oost-Vlaamse bedrijf kon rekenen op steun via de kmo-subsidie van Finexpo en de subsidie voor uitrustingsgoederen van FIT.

////STOP////

Leeuw van de Export 2018 **BIOBEST** uit Westerlo en het Candadese Bee Vectoring Technologies International Inc. (BVT) verlenen elkaar toegang tot bepaalde octrooien op het vlak van hommelvectoring. Het partnership maakt het mogelijk om tuinbouwers wereldwijd te benaderen met deze oplossingen. Hommelvectoring houdt in dat hommels natuurlijke gewasbeschermingsmiddelen gericht op planten aanbrengen en tegelijk voor bestuiving zorgen.

////STOP////

Technologiebedrijf **KEPPEL SEGHERS** uit Willebroek mag de technologie leveren voor de allereerste afvalenergiecentrale op Australische bodem. Naast de verwerking van 400.000 ton afval zal de plant in Kwinana groene stroom produceren die het jaarverbruik van 50.000 gezinnen dekt. Het contract is meer dan 70 miljoen euro waard. De installatie zal tegen 2021 klaar zijn.

////STOP////

Samen met een delegatie van 170 ondernemers, politici en academici trok ons koningspaar van 22 tot 24 oktober op handelsmissie naar Portugal. Het moment bij uitstek voor heel wat Vlaamse bedrijven om nieuwe contacten te leggen of contracten officieel te bezegelen.

De Wijnegemse industriebouwer **FRISOMAT** sloot een deal voor de bouw van een distributiecentrum voor een internationale kunstmeststoffenfabrikant. Het netwerk van privébedrijven **BLUE CLUSTER** en zijn Portugese evenknie Forum Oceano gaan dan weer samen innovatieve oplossingen uitwerken voor een duurzame blauwe economie. En het sociaal innovatiebureau **!DROPS** en Impact Hub Lisbon tekenden een samenwerkingsverband rond sociale thema's.

Verder werden er verschillende distributiecontracten getekend: **BELCHIM CROP PROTECTION** uit Londerzeel met het Portugese Fitosistema voor zijn ecologische gewasbeschermingsmiddelen, de Leuvense kindertheeproducent **MINIMARIETEA** met een luxehotelketen en **DE HALVE MAAN** voor zijn speciaalbier Straffe Hendrik.

Chocoladeproducent **GUYLIAN** uit Sint-Niklaas, tot slot, greep het staatsbezoek aan om het 20-jarige bestaan te vieren van Project Seahorse, een wereldwijd oceaانبeschermingsprogramma.

////STOP////

BEREID JE VOOR OP DE BREXIT MET DEZE 6 VLAAMSE SUBSIDIES



NU WE DE LAATSTE RECHTE LIJN RICHTING DE BREXIT ZIJN INGEAAN, BLIJKT DE IERSE KWESTIE LETTERLIJK EEN 'DEALBREAKER' TE WORDEN. ONS ADVIES: GA PROACTIEF OP ZOEK NAAR OPLOSSINGEN OM UW BEDRIJF ZO GOED MOGELIJK VOOR TE BEREIDEN OP DE GEOPOLITIEKE ECHTSCHIEDING TUSSEN HET VK EN DE EU – OF DIE NU INGAAT OP 29 MAART 2019 ('NO DEAL') OF OP 1 JANUARI 2021 ('DEAL'). DE VLAAMSE OVERHEID VOORZIET ALVAST ENKELE SUBSIDIEMOGELIJKHEDEN OM KMO'S FINANCIËEL TE ONDERSTEUNEN BIJ DIE ZOEKTOCHT. ER ZIJN ZOWEL SUBSIDIES VOOR KENNISUITBREIDING ALS VOOR DE ONTWIKKELING VAN EXPORTGERICHTE ACTIVITEITEN.

WIE KOMT IN AANMERKING?

Alle bedrijven die onder de Europese kmo-definitie vallen, en dus geen enkele van deze criteria overschrijden:

- 250 medewerkers
- jaaromzet van 50 miljoen euro
- balanstotaal van 43 miljoen euro

1 VLAAMSE KMO-PORTEFEUILLE

Dankzij de kmo-portefeuille kan u financiële steun aanvragen voor opleidingen of extern advies. Met de brexit in het achterhoofd kan u bijvoorbeeld een opleiding volgen over de afhandeling van douaneformaliteiten of advies inwinnen over potentiële afzetmarkten om uw afhankelijkheid van de Britse markt te verlagen. U kan ook ondersteuning vragen om de impact van de brexit op uw bedrijf in kaart te brengen.

BEDRAG: tot 10.000 euro voor kleine ondernemingen; tot 15.000 voor middelgrote ondernemingen.

INFO EN AANVRAGEN: via www.vlaio.be/kmo-portefeuille

2 KMO-GROEISUBSIDIE

Nood aan strategische kennis om uw bedrijf te heroriënteren en nieuwe markten aan te boren? Dan is de kmo-groeisubsidie van de Vlaamse overheid iets voor u. Zo krijgt u de nodige financiële hulp om een externe consultant in te schakelen of zelf iemand aan te werven, zoals een nieuwe exportmanager. Ook een combinatie van beide is mogelijk.

BEDRAG: tot 25.000 euro per jaar (of 50.000 euro als u beide opties combineert).

INFO EN AANVRAGEN: www.vlaio.be/kmo-groeisubsidie

3 PROSPECTIEREIZEN

Prospectiereizen zijn een goede manier om nieuwe markten te verkennen en ter plaatse potentiële partners en klanten persoonlijk te benaderen. Reist u naar een bestemming buiten de Europese Economische Ruimte (EER), dan lopen de kosten al snel hoog op. Daarom voorziet FIT in een tussenkomst voor de reis- en verblijfskosten van prospectiereizen naar niet-EER-landen. Na de brexit kan ook het VK als nieuwe markt in aanmerking komen, op voorwaarde dat u daar nog geen of weinig zakendoet.

BEDRAG: 50 tot 75% van de forfaitaire bedragen voor de reis- en verblijfskosten.

INFO EN AANVRAGEN: www.flandersinvestmentandtrade/export/subsidies-en-financiering

4 DIGITALE EN INTERNATIONALE BEDRIJFSCOMMUNICATIE

Het VK behoort binnenkort niet meer tot de EU. Als u daarom uw blik op andere markten wil richten, kan het verstandig zijn om uw digitale communicatiekanalen en productinformatie te laten optimaliseren voor internationaal gebruik. Denk hierbij aan een meertalige website of webshop, sociale media of een bedrijfsfilm die uw internationale profilering kracht bij zet.

BEDRAG: 1.500 euro (starters tot 2.250 euro)

INFO EN AANVRAGEN: www.flandersinvestmentandtrade/export/subsidies-en-financiering

5 BUITENLANDSE BEURZEN OF NICHE-EVENEMENTEN

Deelname aan een internationale beurs of niche-evenement met internationale uitstraling levert vaak een heleboel interessante leads op. Bovendien verhoogt u zo uw naambekendheid en houdt u de vinger aan de pols in uw sector. Om u daarbij te ondersteunen neemt FIT jaarlijks een brede waaier aan keuzemogelijkheden op in zijn actieprogramma. Staat het event waar u naartoe wil niet in het FIT-aanbod? Vraag dan een subsidie aan. Belangrijk om te weten: elke beurs die is opgenomen in de Duitse Messeplaner komt in aanmerking voor subsidiëring.

BEDRAG: max. 7.500 euro voor beurzen die u terugvindt op www.expodatabase.com - max. 3.750 euro voor niche-evenementen.

INFO EN AANVRAGEN: www.flandersinvestmentandtrade/export/subsidies-en-financiering

6 INTERNATIONAAL MAATWERK

Voor brexitprojecten die niet in aanmerking komen voor een van de 5 voorgaande subsidiemogelijkheden, is er de tussenkomst 'internationaal maatwerk'. Daarmee wil FIT alle ondernemers de kans bieden hun voorstel uit te werken. Denk bij 'internationaal maatwerk' bijvoorbeeld aan creatieve, goed beargumenteerde pilootprojecten of demoprojecten.

BEDRAG: tot 25.000 euro

INFO EN AANVRAGEN: www.flandersinvestmentandtrade/export/subsidies-en-financiering

DE BREXIT NADERT MET RASSE SCHREDEN. IS UW BEDRIJF ER KLAAR VOOR?

Op 7 januari 2019 organiseert FIT, i.s.m. een aantal partners, een brexitseminarie om u er zo goed mogelijk op voor te bereiden.

Naast Vlaams minister-president Geert Bourgeois en zijn federale collega Johan Van Overtveldt, ontmoet u er experts omtrent de impact van de brexit. Nadien kan u bovendien meteen afspraken prikken met verschillende specialisten ter zake.

Schrijf u nu in voor de kick-offsessie op www.flanderstrade.be/export/acties-events/brexit-het-verschiet.

De nakende brexit heeft mogelijk een grote impact op zowel uw huidige als toekomstige contracten met partners en klanten in het VK, én met leveranciers uit binnen- en buitenland die afnemen van Britse partijen. Maar hoe maakt u die schriftelijke overeenkomsten brexit-proof? Daarover leest u meer in de volgende editie van Wereldwijs.

WIL U GRAAG NU AL WETEN HOE U EEN CONTRACT BREXIT-PROOF MAAKT?

Surf dan naar www.brexit.vlaanderen voor ons uitgebreide brexitdossier.

EHBIO

ELKE MAAND SCHIJNEN WE UITGEBREIDER
ONS LICHT OVER EEN VRAAG UIT ONZE
GIDS '101 VEELGESTELDE VRAGEN OVER
INTERNATIONAAL ONDERNEMEN'.

EERSTE HULP BIJ INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

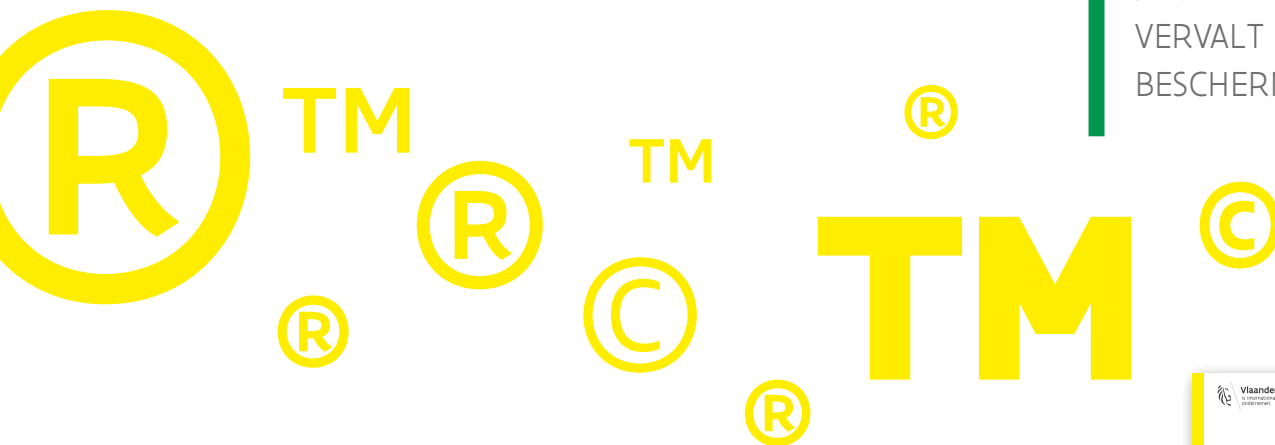
MOET IK MIJN INTELLECTUELE
EIGENDOM BESCHERMEN?

JA, ZO VERMIJDT U PROBLEMEN
DIE U VROEG OF LAAT
TEGENKOMT BIJ EXPORT.

EEN BESCHERMD MERK HOUDT IN DAT U VOOR EEN BEPAALD GRONDGEBIED DE EXCLUSIEVE AANBIEDER BENT VAN ALLE PRODUCTEN EN DIENSTEN WAARVOOR HET MERK IS INGESCHREVEN. DAARMEE BELET U DUS ANDERE ONDERNEMERS OM MET UW MERK(EN) DE MARKT TE BESPELEN. IN TEGENSTELLING TOT BEPAALDE INTELLECTUELE EIGENDOMSRECHTEN – ZOALS HET AUTEURSRECHT – ONTSTAAT EEN MERKRECHT NIET AUTOMATISCH, MAAR MOET U EEN PROCEDURE VOLGEN EN DE NODIGE REGISTRATIEKOSTEN BETALEN. DEZE CHECKLIST HELPT U ALVAST OM DE JUISTE BESLISSING TE NEMEN.

OPGELET!

ALS U UW
GEREGISTREERDE
MERK GEDURENDE
5 OPEENVOLGENDE
JAREN NIET GEBRUIKT,
VERVALT DE
BESCHERMING ERVAN.



NOG ANDERE VRAGEN ROND SUCCESVOL EXPORTEREN?

Download onze Leidraad voor Internationaal Ondernemen '101 veelgestelde vragen over internationaal ondernemen' via www.flandersinvestmentandtrade.be/nl/publicaties.



DEZE CHECKLIST VOOR MERKRECHT BIEDT LICHT IN HET DUISTER

1. HEEFT U WEL EEN MERK?

Dat lijkt vanzelfsprekend, maar is het niet altijd. Een merk is een 'teken' waarmee u uw producten of diensten onderscheidt van de concurrentie: namen (woordmerk), logo's (beeldmerk) of zelfs de vorm van uw verpakking (vormmerk). Een combinatie is evenzeer mogelijk. Zo is Coca-Cola een woordmerk, het rood-witte logo een beeldmerk en de typische Coca-Colafles een beschermd vormmerk. Een belangrijke voorwaarde daarbij is het onderscheidend vermogen van het merk dat u wil registreren. Ontbreekt die vereiste, dan loopt u het risico niet aanvaard te worden. 'Soft' voor wc-papier is bijvoorbeeld niet onderscheidend genoeg.

2. WAT WIL U BESCHERMEN?

Een geregistreerd merk biedt nooit een absolute bescherming. Het geldt enkel voor die producten en diensten waarvoor het expliciet is aangevraagd. Deze regel – het zogeheten specialiteitsbeginsel – impliceert dat verschillende ondernemingen merkrechten op eenzelfde teken kunnen bezitten in hetzelfde land, maar dan wel voor verschillende producten of diensten. Zo wordt de merknaam 'Lotus' gebruikt door zowel een wagen- als koekjesfabrikant. Enkel bekende merken bij het brede publiek, zoals Adidas, genieten automatisch een grotere bescherming.

3. WAAR WIL U UW MERK BESCHERMEN?

Een intellectueel eigendomsrecht geeft enkel bescherming in die landen waar het geregistreerd of toegekend is. Zo is een Benelux-merk enkel geldig in de Benelux-landen, maar niet daarbuiten. Het is dus mogelijk dat iemand intussen uw logo gebruikt in Spanje, zonder daarbij uw rechten te schaden. Bent u van plan om binnenkort naar Spanje te exporteren en heeft een andere ondernemer daar 'uw' logo beschermd, dan heeft u een probleem. U zal noodgedwongen moeten kiezen tussen de rebranding voor de Spaanse markt of een andere exportbestemming. Daarom is het handig om uw exportstrategie erbij te nemen. Waar bent u nu actief en in welke landen wil u binnen 5 tot 10 jaar voet aan de grond hebben?

4. IS UW MERK NOG BESCHIKBAAR?

In de EU alleen al zijn er meer dan 11 miljoen merken ingeschreven. Om bovenstaande situatie te vermijden, controleert u dus het best vooraf of uw merk nog beschikbaar is. Dat doet u zo:

- Het **Benelux-merkenregister** (www.boip.int) geeft een overzicht van alle in de Benelux geldende merken.
- **TMview** (www.tmdn.org/tmview/welcome?lang=nl) is een gratis databank van nationale merkenregisters binnen de EU, EU-merken en internationale merken.

5. WELKE MOGELIJKHEDEN VOOR REGISTRATIE HEEFT U?

Is uw merk nog vrij in de landen waar u bescherming wil, dan kan u kiezen uit deze mogelijkheden:

- **Benelux-registratie** via www.boip.int. Geldig in België, Nederland en Luxemburg. Kostprijs: 248 euro voor 10 jaar (verlengbaar).
- **Europese registratie** via euipo.europa.eu. Geldig in alle 28 EU-lidstaten. Kostprijs: 850 euro voor 10 jaar (verlengbaar).
- **Internationale registratie** via www.wipo.int. Geldig in de landen die uw registratie goedkeuren. De kostprijs kan u simuleren via www.wipo.int/madrid/en/fees/calculator.jsp. Voor landen die niet aangesloten zijn bij het WIPO kan u enkel een merk registreren via een nationale procedure.

ELKE DE RIJCK Bedrijfsadviseur bij het Vlaams Agentschap voor Innoveren & Ondernemen

"Tip: ga na wat uw merknaam betekent in de landen waarnaar u exporteert. Voorbeelden genoeg van kleine én grote bedrijven die een blauwtje liepen in het buitenland door de grappige of zelfs negatieve vertaling van hun merknaam. Zo betekent Nescafé in het Portugees evenveel als 'Geen koffie!'. Niet meteen de ideale marketingstrategie voor een koffieproducent. Nova staat dan weer voor 'het werkt niet' in het Spaans, geen goed idee voor een technologiebedrijf. In Finland rijdt je met een Fiat eigenlijk in een 'sukkel'. Zo krijgen je internationaliseringsplannen ongewild een vreemde bijklank."

HANS VAN DE VENSTER

commercieel directeur bij Manna Foods

"Manna Foods exporteert koude en warme sauzen naar 53 verschillende landen, vooral in Europa en Afrika. Om onze positie internationaal te beschermen, besloten we in 2010 om zowel onze naam, logo als typische verpakkingen te laten registreren als Europees Uniemerk. Daarnaast startten we verscheidene nationale registratieprocedures op in Afrika. Zeker in markten waar we grote belangen hebben, zorgt dat voor gemoedsrust. Zo raad je lokale ondernemingen ook af om je merk onrechtmatig te gebruiken, want bij sommigen staat het al op Facebook nog voor je een contract ondertekend hebt. Manna is trouwens een naam die al in bepaalde markten aanwezig was, maar gelukkig voor ons zijn die bedrijven actief in andere sectoren."

ENTERPRISE EUROPE NETWORK

EUROPESE COMMISSIE GAAT DE STRIJD AAN TEGEN SOCIALE DUMPING

'GELIJK LOON VOOR GELIJK WERK OP DEZELFDE PLAATS', DAT IS HET BASISPRINCIPE VAN DE NIEUWE RICHTLIJN VOOR DETACHERING BINNEN DE EU. GEDETACHEERDEN – WERKNEMERS UIT LIDSTAAT A DIE TIJDELIJK WERKEN IN LIDSTAAT B – GENIETEN VANAF 31 JULI 2020 VAN DEZELFDE LOON- EN ARBEIDSVORWAARDEN ALS DE WERKNEMERS VAN HET GASTLAND (TENZIJ DIE IN HET THUISLAND VOORDELIGER ZIJN). EN DAT VANAF DE EERSTE WERKDAG. BOVENDIEN WORDT DETACHERING STERK BEPERKT IN DE TIJD. DAARMEE WIL DE EUROPESE COMMISSIE EEN EINDE MAKEN AAN DE ONEERLIJKE CONCURRENTIE OP DE ARBEIDSMARKT. IETS WAAR VOORAL WEST-EUROPESE LANDEN OVER KLAAGDEN.



Advies voor uw onderneming binnen handbereik



Om de nieuwe aanpak helder samen te vatten, werken we met een concreet voorbeeld:

MIHAI IS EEN ROEMEENSE DAKDEKKER DIE DOOR ZIJN ROEMEENSE WERKGEVER WORDT GEDETACHEERD NAAR EEN WERF IN ROTTERDAM VOOR 12 MAANDEN.

HUIDIGE SITUATIE (tot 30 juli 2020)

Mihai blijft tijdens zijn verblijf in Rotterdam onder de Roemeense wetgeving vallen. Wel moet het Roemeense bouwbedrijf – zijn werkgever – rekening houden met een zogeheten 'harde kern' van arbeidsvoorwaarden uit Nederland, zoals het minimumloon, aantal vakantiedagen, maximale werkduur en minimale rustperiodes.

Probleem 1: loonverschillen

Volgens de huidige Europese richtlijn mag Mihai dus tijdelijk in Rotterdam gaan werken zolang hij van zijn werkgever

het daar geldende minimumloon krijgt. Maar in de praktijk verdienen Nederlandse dakdekkers vaak meer dan het minimumloon, wat voor oneerlijke concurrentie op de arbeidsmarkt zorgt.

Probleem 2: sociale bijdragen

Bovendien blijft Mihai's werkgever sociale bijdragen in Roemenië betalen gedurende de periode van detachering. Die liggen vaak een stuk lager dan wat ondernemingen in Nederland voor sociale bescherming op tafel leggen, waardoor de loonkosten van Mihai nog voordeliger worden.

Probleem 3: schijnconstructies

Een Roemeens bouwbedrijf kan enkel werknemers detacheren naar andere EU-lidstaten als de normale plaats van tewerkstelling Roemenië is. Vele bedrijven zijn echter niet of nauwelijks actief in hun thuisland en zetten hun werknemers bijna permanent in op de arbeidsmarkt van andere landen. Zo is het mogelijk dat Mihai na zijn periode in Rotterdam wordt gedetacheerd naar een bouwwerf in Antwerpen.

TOEKOMSTIGE SITUATIE (vanaf 31 juli 2020)

Een nieuwe EU-richtlijn moet het concurrentiële voordeel van gedetacheerde werknemers wegwerken. Alle lidstaten hebben tot 30 juli 2020 de tijd om hun nationale wetgeving aan te passen. De 5 voornaamste aanpassingen zijn:

1. De verloning van gedetacheerde werknemers moet voortaan **alle looncomponenten van het gastland** omvatten, en dus niet enkel het minimumloon. Denk hierbij aan bonussen, mobiliteitsvergoedingen, anciënniteitsvoordelen of een dertiende maand.
2. Daarnaast voorziet de richtlijn in een **uitbreiding van de 'harde kern' van arbeidsvoorwaarden** die verplicht zijn voor gedetacheerden. Zo zullen buitenlandse werkgevers onze regels moeten volgen rond huisvesting en vergoedingen voor reis-, maaltijd- en verblijfskosten.
3. Er komt een **onderscheid tussen korte en lange detacheringen**. Een korte detachering – met een harde kern aan arbeidsvoorwaarden – zal maximaal 12 maanden bedragen, eventueel verlengbaar met 6 maanden. Een lange detachering – met inbegrip van alle toepassingen van het arbeidsrecht van het gastland – kan langer dan 12 maanden duren.
4. De **cao's uit alle economische sectoren (behalve transport)** zullen ook voor gedetacheerden gelden. Voor de transportsector wordt aan een specifieke richtlijn gewerkt.
5. Een **strengere controle** en betere samenwerking tussen de lidstaten om misbruik tegen te gaan.

Opgelet: de EU-lidstaten moeten deze nieuwe richtlijn nog opnemen in hun nationale wetgeving, waardoor de exacte bepalingen onder voorbehoud zijn.

ONS LAND ALS EERSTE VAN DE KLAS

De impact van de nieuwe EU-richtlijn zal beperkte gevolgen hebben voor de arbeidsmarkt in ons land, aangezien een aantal van de wijzigingen al zijn opgenomen in de wetgeving. Zo moeten buitenlandse werkgevers nu al rekening houden met alle loonbestanddelen van onze nationale wetgeving.

De overheid heeft daarvoor een website ontwikkeld waarop de minimumlonen in alle paritaire comités staan: www.minimumlonen.be. Naast de loonbarema's vindt u er ook info terug over de arbeidsduur, functieclassificaties, anciënniteitsvoorwaarden, de premies en vergoedingen. Bovendien zijn bepaalde wetten rond arbeidsduur, welzijn op het werk en feestdagen nu al van toepassing op gedetacheerde werknemers.

EEN HARDE BREXIT HEEFT OOK IMPACT VOOR UW GEDETACHEERDE WERKNEMERS IN HET VK

Als de EU en het VK zonder overgangsregeling uit elkaar gaan, heeft dat mogelijk grote gevolgen als u soms medewerkers in het VK tewerkstelt.

Ook hier lichten we de mogelijke impact toe met een concreet voorbeeld:

SOFIE WORDT DOOR HAAR WERKGEVER
8 MAANDEN NAAR LONDEN GEDETACHEERD.

Tot 29 maart 2019

Ze heeft nu geen werkvergunning nodig en kan met een geldige verblijfsvergunning verhuizen naar het VK. Tijdens haar verblijf in Londen blijft Sofie haar socialezekerheidsrechten (pensioen, werkloosheid ...) in ons land verder opbouwen. Haar werkgever leeft de Britse arbeids- en loonvoorwaarden na, tenzij de voorwaarden uit ons land gunstiger zouden zijn.

Na 29 maart 2019 (in het geval van een harde brexit)

Aangezien Sofie niet langer het Europese 'vrij verkeer van werknemers'-principe kan invoeren, heeft ze een arbeidskaart nodig. Daarnaast zal ook een geldige verblijfsvergunning moeilijker te verkrijgen zijn. Slaagt ze erin beide documenten te bemachtigen, dan zal ze in Londen onder het Britse socialezekerheidssysteem vallen. Het gevolg? Tijdens haar verblijf is het mogelijk dat ze in beide landen socialezekerheidsbijdragen moet betalen. U als werkgever loopt dan weer het risico op een dubbele payroll. Tot slot dreigt Sofie haar normale loon- en arbeidsvoorwaarden te verliezen, want tijdens haar verblijf in Londen gelden de Britse voorwaarden.

De eengemaakte Europese markt leidde de afgelopen jaren tot een toenemende arbeidsmobiliteit. Vlamingen werken in het buitenland en andere EU-onderdanen komen tijdelijk in ons land werken.

HEEFT U VRAGEN OVER TEWERKSTELLING IN EEN INTERNATIONALE CONTEXT?

Neem contact op met de adviseurs van Enterprise Europe Network Vlaanderen via 02 209 27 32 of enterprise.europe@vlaanderen.be. Voor meer info: www.enterpriseuropevlaanderen.be.

KALENDER

BEURSDEELNAME

① SOUTH BY SOUTHWEST (SXSW)

Austin

10 tot en met 13 maart 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 december 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Annemieke De Tollenaere op 02 504 87 33 of annemieke.detollenaere@fitagency.be

② FRANKFURTER BÜCHMESSE

Frankfurt

16 tot en met 20 oktober 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 18 december 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Kurt Vleminckx op 02 504 88 03 of kurt.vleminckx@fitagency.be

UITGELICHT

BEURSDEELNAME

SYMPOSIUM: FEINES ESSEN & TRINKEN München

9 en 10 mei 2019

Vlaanderen staat als gastregio centraal op de 29e editie van het 'Feines Essen & Trinken'-event in München, de belangrijkste conferentie en vakbeurs voor de Duitse voeding- en dranksector. Vlaamse ondernemers krijgen er een centraal paviljoen (150-200 m²) toegewezen, waar een professioneel publiek uitgebreid de kans krijgt om onze Vlaamse premiumproducten te ontdekken. Bovendien lanceren de organisatoren in de aanloop naar het event een grootschalige pr-campagne om de deelnemers in de kijker te plaatsen.

Ook u kan hieraan deelnemen. Biedt u hoogwaardige culinaire of artisanale producten uit Vlaanderen aan? Kan u die op een interactieve manier presenteren? En is uw aanbod 'export proof'? Meld u dan aan voor deze unieke opportuniteit die FIT en zijn structurele partners u bieden.

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 december 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Bea Kestens via 02 504 88 38 of bea.kestens@fitagency.be

INSCHRIJVEN?

www.flanderstrade.be

TREFDAG

7 RAIL BALTICA-PROJECT, FOCUS OP BOUW & INFRASTRUCTUUR

Vilnius

18 tot en met 20 februari 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 19 januari 2019 op
www.flanderstrade.be

CONTACT? Ann Verschuere op 02 504 87 56
of ann.verschuere@fitagency.be

GROEPSZAKENREIS

3 KAMEROEN

Yaoundé, Douala en Kribi

16 tot en met 23 februari 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 7 januari 2019 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Catherine Van Ransbeeck op 02 504 88 62 of
catherine.vanransbeeck@fitagency.be

4 SPANJE

Barcelona en Madrid

16 tot en met 21 januari 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 20 december 2019 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Marnix Bierlin op 02 504 87 43 of
marnix.bierlin@fitagency.be

5 SINGAPORE EN AUSTRALIË

Singapore, Melbourne en Sydney

26 maart tot en met 5 april 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 18 januari 2019 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Sabine Vincke op 02 504 87 41 of
sabine.vincke@fitagency.be

6 USA

Los Angeles, Las Vegas en New York

13 tot en met 22 mei 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 20 januari 2019 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Peter Jaspers op 02 504 87 08 of
peter.jaspers@fitagency.be

VRAGEN OVER INTERNATIONAAL ONDERNEMEN?

STEL ZE AAN ONZE PROVINCIALE KANTOREN!

Antwerpen > 03 260 87 22 – antwerpen@fitagency.be

Limburg > 011 29 20 80 – limburg@fitagency.be

Oost-Vlaanderen > 09 276 19 30 – oostvlaanderen@fitagency.be

Vlaams-Brabant > 016 66 56 00 – vlaamsbrabant@fitagency.be

West-Vlaanderen > 050 24 74 10 – westvlaanderen@fitagency.be



Vlaanderen

is internationaal
ondernemen

INTERNATIONALE PLANNEN VOOR UW ONDERNEMING?

Bestel dan het boekje
**'101 veelgestelde vragen
over internationaal ondernemen'**.
De inhoud is to the point en handig
voor elk bedrijf dat zich vragen stelt
over exporteren en ondernemen
in het buitenland.

U kan het gratis bestellen op
www.flanderstrade.be



**101 VEELGESTELDE VRAGEN
OVER INTERNATIONAAL ONDERNEMEN**
Leidraad voor Internationaal Ondernemen
Flanders Investment & Trade

> DE BESTSELLER
TO SELL BETTER
IN HET BUITENLAND