

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

wereld

108

wijs

5\2018

Magazine van Flanders Investment & Trade, Afgiftekantoor Gent X, BC2170 Koning Albert II-laan 37, 1030 BRUSSEL



Happy Bags leert kinderen theedrinken

Zweden richt zich op de toekomst



In gesprek met **Happy Bags**

Zakendoen in Zweden



en verder ...

3 Edito \ **8** Intussen... \ **10** Marktinformatie \ **15** Wint u de Leeuw van de Export 2018? \ **16** Tweede editie FIT Exportbeurs \ **18** Vlaamse export breekt opnieuw record in 2017 \ **22** Kalender

“De Vlaamse exportmotor draait op volle toeren”

Beste lezer,

We trappen deze Wereldwijs op gang met uitstekend nieuws. De Vlaamse export scheerde opnieuw hoge toppen in 2017: Vlaamse bedrijven voerden voor 317 miljard euro aan goederen uit naar het buitenland. Dat is een stijging van 5% in vergelijking met het jaar voordien, en meteen ook een nieuw absoluut record. Voor het 8e jaar op rij groeit de goederenuitvoer, het ultieme bewijs dat de Vlaamse exportmotor op volle toeren draait. Wellicht droeg ook u bij aan dit geweldige resultaat, waarvoor onze oprechte felicitaties!

Ook FIT mag gerust stellen dat we meegetekend hebben aan deze Vlaamse exportprestaties. Dat maakt ons bijzonder fier en het illustreert dat onze dienstverlening werkt. Maak er dus gebruik van, we zijn er om u te helpen. Zo vindt in juni de tweede editie van de Exportbeurs plaats. Overweegt u de opstart van een buitenlandse activiteit? Of heeft u vragen over een bepaalde marktaanpak? Kom naar onze tweesterjaarlijkse vakbeurs in Brussel waar alle exportspelers aanwezig zullen zijn. Want dit is het 'event to be' voor iedereen die internationale ambities koestert.

Bent u al internationaal actief en heeft u een topjaar achter de rug? Dan komt u in aanmerking voor een Leeuw van de Export. Met deze ondertussen felbegeerde award bekronen we de meest indrukwekkende exportresultaten van een Vlaamse onderneming. Aan de succesformule van deze prestigieuze wedstrijd veranderen we niets, wel aan de deelnemingsprocedure: die wordt sneller en makkelijker. Verderop ontdekt u hoe u kan deelnemen. Doen! En wie weet, gaat u tijdens de uitreiking op 19 september met de Leeuw van de Export aan de haal.

Veel leesplezier.



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.flandersinvestmentandtrade.be
wereldwijs@fitagency.be
 www.linkedin.com/company/20796
 twitter.com/FlandersTrade

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, Luk Monsaert en Getty Images

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.



RECYCLED
Paper made from
recycled material
FSC® C003371





Op de thee bij MiniMarieTea

Duizenden jaren geleden slurpten de Chinezen al kruidenthee. Maar Happy Bags – het bedrijf achter MiniMarieTea – uit het Vlaams-Brabantse Kessel-Lo geeft een originele wending aan de oeroude drank. Met haar organische kinderthee waagt ondernemer Isabelle Moussiaux zich sinds kort ook in de internationale arena.

Na een marketingcarrière van 12 jaar zei Isabelle Moussiaux in oktober 2015 de muziekindustrie vaarwel. Ze was net moeder geworden en wou graag iets teruggeven aan de maatschappij. “Al borrelde het eigenlijk al veel langer om mijn loopbaan een nieuwe wending te geven”, verklapt ze aan Dirk Smolders, adviseur Internationaal Ondernemen van ons provinciaal kantoor Vlaams-Brabant. “Als fervente theedrinker met een passie voor kruiden was ik het jaar ervoor al in de leer gegaan bij een theesommelier.”

Nieuwe kapitaalronde

Zo rijpte stilaan het idee voor MiniMarieTea: een op en top biologische thee op kindermaat als gezond alternatief voor frisdranken. **Isabelle Moussiaux:** “Hoezeer ik de markt ook afspeurde, een thee die van a tot z verantwoord was samengesteld, vond ik niet. Ik zette mijn businessplan op papier en sprong in mijn auto om kwekerijen van kruiden en eetbare bloemen af te schuimen voor mijn eerste theerecepten.” Intussen timmert Isabelle Moussiaux al drie jaar

aan de weg om met Happy Bags een succesvolle zaak uit te bouwen. Eerst met de hulp van het startersplatform van KBC en het innovatieplatform in Leuven, en sinds een achttal maanden in tandem met zakenpartner Mikis Putseys. **Isabelle Moussiaux:** "Momenteel bereiden we een volgende kapitaalronde voor. Mijn drie huidige aandeelhouders zijn bereid om hun investering in Happy Bags te verhogen, maar er lopen ook gesprekken met enkele nieuwe gezichten."

\\ Tijdens de opstart was het vaak op de tanden bijten \\

Gebrek aan ervaring

Dirk Smolders: "Momenteel gaat het Happy Bags duidelijk voor de wind, maar hoe verliep de opstartfase?"

Isabelle Moussiaux: "Veel minder gezwind. Vooral mijn gebrek aan ervaring in voeding speelde me in de beginfase parten. Mijn aller-eerste versie van MiniMarieTea was superlekker, maar het kruidenmengsel bleek helemaal niet opschaalbaar. Het recept was veel te ingewikkeld en sommige ingrediënten peperduur. Ook had ik te weinig rekening gehouden met het feit dat niet alle kruiden en eetbare bloemen het jaar door verkrijgbaar zijn. Kortom, tijdens de opstart was het vaak op de tanden bijten en keer op keer verantwoorden waar ik mee bezig

was. Een tastbaar product had ik nog niet, maar ik moest wel continu investeren. Mijn spaarcen-ten verdwenen als sneeuw voor de zon terwijl er geen geld in het laatje kwam."

Focus op kinderthee

Dirk Smolders: "Pakte je de productontwikkeling helemaal alleen aan?"

Isabelle Moussiaux: "Voor MiniMarieTea wel. Therecepten samenstellen is uiteindelijk een kwestie van proberen, proeven en bijsturen. Maar naast de kinderthee bevatte mijn businessplan nog een tweede innovatief product: een poeder op basis van biofruit en -kruiden dat oplost in water. Naast eigen research zette ik daarvoor enkele labotests op bij Food Pilot van Flanders' FOOD en ILVO. Maar toen bleek dat er nog veel bijkomend onderzoek – en dus kapitaal – nodig was om dit product marktklaar te krijgen, besloot ik om eerst volop in te zetten op de thee."

\\ De Instagram-community rond MiniMarieTea telt al bijna 40.000 volgers \\

Traffic genereren

Dirk Smolders: "Hoe ben je erachter gekomen dat er in kinderthee commercieel potentieel zat?"

Isabelle Moussiaux: "Stilaan begon ik MiniMarieTea aan de man te brengen bij mijn familie, vrienden en kennissen. Toen ik merkte dat de vraag uit mijn netwerk steeg, bouwde ik een eenvoudige webshop. Om traffic te genereren, begon ik vanaf dag één ook te bloggen over mijn ervaringen als startende ondernemer. En ik postte massa's foto's van mijn producten via Instagram. Zo kon ik de community rond MiniMarieTea stelselmatig uitbreiden. Vandaag telt de Instagram-community al bijna 40.000 volgers uit binnen- en buitenland."

Partners inschakelen

Dirk Smolders: "Kwam de online verkoop snel van de grond?"

Isabelle Moussiaux: "Verrassend genoeg wel. In de beginperiode maakte ik de mengsels allemaal zelf in grote tonnen en ging elk theebuiltje door mijn handen. Om en bij de 10.000 heb ik er zo gemaakt, goed voor 800 doosjes die via

de webshop de deur uitgingen. Maar naarmate de bestellingen toenamen, kon ik dat niet meer alleen bolwerken. Naast de webshop mocht ik vanaf december vorig jaar leveren aan Bio-Planet. Kort daarna volgden bioketen Origin'O en de Skyshops op Zaventem. Het was hoog tijd om mijn productie professioneler aan te pakken. Dat deed ik door me te omringen met een schare vaste partners die elk een schakel in de ketting voor hun rekening nemen."

Licht en wendbaar

Dirk Smolders: "Je koos er bewust voor om je productie uit te besteden aan partners in plaats van zelf te investeren in machines en personeel. Waarom?"

Isabelle Moussiaux: "Enerzijds wil ik mijn organisatie zo licht en wendbaar mogelijk houden. Anderzijds creëer ik met mijn partnermodel evengoed extra werkgelegenheid en laat ik de business van mijn leveranciers op volle toeren draaien. En opnieuw maatschappelijk verantwoord: de kruidenleveranciers kopen hun kruiden in bij lokale bioboeren. Een Limburgse voedingsproducent maakt vervolgens de theemengsels op basis van onze receptuur en vult machinaal de builtjes. Voor de handling, tot slot, doen we een beroep op een maakwerkbedrijf in Tienen. Dat staat ook in voor het stockbeheer en de afhandeling van alle online bestellingen. De webshop van MiniMarieTea is trouwens de allereerste die door deze sociale werkplaats wordt beheerd. Zo dragen we ons steentje bij aan de sociale economie en stimuleren we nieuwe verdienmodellen voor onze leveranciers."

\\ Mijn organisatie wil ik zou licht en wendbaar mogelijk houden \\

Fan van het eerste uur

Dirk Smolders: "Snel na het contract met Bio-Planet ging Happy Bags internationaal. Wat was de allereerste exportmarkt?"

Isabelle Moussiaux: "Het buitenlandse avontuur startte heel toevallig in Canada. De distributeur van MiniMarieTea daar was namelijk een Instagram-fan van het eerste uur. Ze contacteerde me en tijdens het staatsbezoek in maart bezegelden we de deal. Kort daarna ging ik met een Nederlandse verdeler in zee. Bij onze noorderburen ligt MiniMarieTea vandaag in de

—ID—

Bedrijf: Happy Bags

Sector: voeding

Opgericht in: 2015
(CVBA opgericht in 2017)

Omzet 4e kwartaal – 1e kwartaal
2018: 100.000 euro

% van omzet gerealiseerd in het
buitenland (1e kwartaal 2018): 20%

Aantal medewerkers: 2 zaakvoerders

Locatie: Kessel-Lo

Actief in:
België, Nederland, Canada en Japan

rekken van meer dan 200 gezondheidswinkels. In Portugal lopen dan weer onderhandelingen voor de allereerste horecadeal: met een luxesort dat zich op families richt. En over enkele dagen gaat de allereerste bestelling de deur uit richting Japan. Plots gaat het snel: vanuit verschillende uithoeken van de wereld blijkt er interesse voor kinderthee.”

Liken of niet

Dirk Smolders: “Zijn er bepaalde criteria die een consumentmarkt interessant maken voor MiniMarieTea?”

Isabelle Moussiaux: “Landen die een zekere koopkracht combineren met een affiniteit voor innovatieve producten en een gezondheidscultuur. Sociale media helpen me om de temperatuur op te meten: wie liket mijn foto’s? Wie deelt mijn ondernemersverhalen? Wat niet wegneemt dat je op een bepaald moment op het vliegtuig moet stappen om ter plaatse de sfeer op te snuiven en de consumentengewoontes beter te leren kennen. Verder is ook de distributeur van goudwaarde, want hij is ervaringsdeskundige in zijn markt.”

Alles bestoft

Dirk Smolders: “Voeding exporteren is niet eenvoudig, onder meer door de uiteenlopende regelgeving. Moest je op dat vlak bepaalde drempels over?”

Isabelle Moussiaux: “Behalve binnen de EU is het Belgische biolabel gelukkig ook geldig in Canada en de VS. Maar daarnaast moet je vaak nog andere certificaten voorleggen. Voor de VS, bijvoorbeeld, is dat een FDA-certificering. Verder lopen de etiketteringsregels enorm uiteen. Om op zeker te spelen nam ik hiervoor een labeldeskundige in de arm.

Maar niet alleen op het vlak van regelgeving kwam ik voor verrassingen te staan. Na het allereerste overzees transport zaten de theedoosjes allemaal vol stof. Dat kwam omdat het theestof was vrijgekomen door het schudden met de palletten tijdens het vele overladen. Intussen werd de verpakking aangepast, zodat het theestof mooi op zijn plaats blijft.”

Netwerken boven

Dirk Smolders: “Heb je tips voor andere startende ondernemers die internationaal hun kansen willen beproeven?”

Isabelle Moussiaux: “Wat ik de voorbije

maanden opgestoken heb, is dat een business uitbouwen staat of valt met netwerken. Dus grijp elke kans aan om je netwerk uit te breiden en over je producten te spreken. En daar biedt FIT heel wat ondersteuning voor. Tijdens het Canadese staatsbezoek, bijvoorbeeld, tekende ik niet alleen mijn allereerste exportdeal, ik ontmoette er ook een potentiële aandeelhouder. En toen ik een paar maanden geleden de kans kreeg om op de FIT-groepsstand MiniMarieTea voor te stellen tijdens de Natural Products Expo West, twijfelde ik geen seconde. Deze expo is de grootste in zijn soort in de VS en ik kon er heel wat nieuwe contacten leggen. Californië staat trouwens op mijn verlanglijst: ons product is er geknipt voor en we kunnen er potentieel grote omzetten draaien.”

\\ Een business uitbouwen staat of valt met netwerken //

Pittige discussies

Dirk Smolders: “Welke exportmarkten staan verder nog op de wishlist van Happy Bags?”

Isabelle Moussiaux: “Er liggen plannen op tafel om MiniMarieTea te lanceren in Scandinavië, Zwitserland en Oostenrijk. Bedoeling is namelijk om met MiniMarieTea de komende jaren zowel in West-Europa als Noord-Amerika meer voet aan de grond te krijgen. Al zorgt dat onder de aandeelhouders soms voor pittige discussies. De ene is veel voorzichtiger dan de andere en het idee leeft nog sterk dat je beter dicht bij huis start. Toch wil ik de overzeese export niet loslaten. De grotere omzetten die je daar kan draaien, bieden je een hefboom om je merk in je thuismarkt verder te ontplooiën. Bovendien straalt export positief af op je geloofwaardigheid in eigen land.”

De happy few

Dirk Smolders: “Happy Bags is de start-upfase intussen ontgroeid. Hoe zie je het bedrijf verder evolueren?”

Isabelle Moussiaux: “Op termijn wil ik met MiniMarieTea in binnen- en buitenland in het winkelschap van de gewone supermarkten liggen. Dat is namelijk de enige manier om maatschappelijk echt je stempel te drukken. Helaas zijn we zover nog niet en is ons product vandaag vooral voor de happy few. Al heeft het geen zin om meteen al bij de grote retailers aan

te kloppen, qua productiecapaciteit is dat volstrekt onhaalbaar. Stelselmatig opschalen is de boodschap.”

Pampers van de kinderthee

Dirk Smolders: “MiniMarieTea is een innovatief product. Ben je niet bang dat er kapers op de kust komen?”

Isabelle Moussiaux: “Happy Bags en MiniMarieTea zijn uiteraard beschermd. Al ben ik natuurlijk niet de uitvinder van kruidenthee. Ik heb deze oeroude drank gewoon vanuit een totaal nieuwe invalshoek bekeken en spreek er een nieuwe doelgroep mee aan. Natuurlijk wil ik graag de Pampers van de kinderthee worden, maar tegelijk zou ik niets liever hebben dan dat andere spelers mijn voorbeeld volgen om kinderen gezonder te leren drinken. Samenwerken met een grote speler sluit ik dan ook niet uit. In de voedingsmarkt is het soms de enige manier om wereldwijd impact te hebben.”

\\ Samenwerken met een grote speler sluit ik niet uit //

Dirk Smolders: “Tot slot: bestaat de kans dat ook het partnernetwerk van Happy Bags voor productie en logistiek internationaal gaat?”

Isabelle Moussiaux: “Ook op dat vlak liggen alle wegen open. Het partnermodel maakt Happy Bags wendbaar en zeker voor overzeese bestemmingen zouden productie en handling ter plaatse geen gek idee zijn. Al ben ik tegelijk erg trots op de lokale verankering van Happy Bags. Het zou super zijn mochten MiniMarieTea volledig ‘Made in Belgium’ blijven.”

KLAAR VOOR DE VOLGENDE STAP IN UW INTERNATIONALISERINGS-PROCES?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Op www.flanderstrade.be vindt u alle adressen en contactinfo.

Intussen ...



Sanodegusto, dat een gepatenteerde technologie op de markt bracht om keukengerei tot een halfuur lang warm of koud te houden, won met de IHHS Global Innovation Award al zijn vierde prijs in de VS. Daarbovenop werden de serveerschalen van het Bellegemse bedrijf aan het Amerikaanse publiek voorgesteld tijdens een lifestyle-programma op tv-zender NBC.

Na onder meer het New Yorkse MoMA gaat ook het National Palace Museum (NPM) in het Chinese Taipei met **Musebooks** in zee om zijn kunstcollecties te digitaliseren. Deze Hasseltse start-up ontwikkelde een platform waarop lezers een kunstboek of museumcatalogus kunnen lezen via een klassieke paginaweergave, maar ook in een tekstweergave of als beeldweergave waarop sterk kan worden ingezoomd.

Ontwikkelaar van sensorgebaseerde sorteeroplossingen **TOMRA** uit Ranst behaalde met zijn sorteertechnologie TOMRA ACT zilver in de driejaarlijkse International FoodTec Award 2018 van de Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG). Naast de voedingsindustrie vinden de installaties van TOMRA hun afzet in onder meer recycling en mijnbouw.

Airdeck Building Concepts uit Hasselt mag 350.000 vierkante meter vloeren leveren voor een mega-ziekenhuis in het Saudische Jeddah. De specialist in flexibele lichtgewichtvloeren voor gebouwen met complexe technische installaties stapt zo in een van de grootste ziekenhuisprojecten in het Midden-Oosten. Het contract heeft een waarde van 1,5 miljoen euro.

De draaibare kinderstoel van producent en verdeler van babyproducten **Childhome** werd tijdens de prestigieuze JPMA-beurs in Washington bekroond. Het is niet de eerste keer dat het bedrijf uit Kontich met dit product in de prijzen valt. In september vorig jaar nam Childhome ook al de innovatieprijs mee naar huis van Kind & Jugend in het Duitse Keulen, wereldwijd de belangrijkste beurs in zijn branche.

Om de groeiende vraag naar luxevastgoed te beantwoorden is het prinsdom Monaco gestart met een uitbreiding van zijn oppervlakte door 6 hectare land te winnen op zee. Met een contractwaarde van 100 miljoen euro is dit een middelgrote opdracht voor baggeraar **Jan De Nul** uit Aalst, maar wel een heel prestigieuze. Tegen 2025 moet het project rond zijn.

Tijdens de Food Innovation Awards 2017 in het Duitse Frankfurt viel de Alberts Smoothie Station in de prijzen. Kort daarvoor was de Antwerpse start-up achter de allereerste smoothie-automaat ter wereld ook al een van de laureaten tijdens de Londense World Food Innovation Awards 2018. Samen met **Tecmore** uit Diest bouwt **Alberts** momenteel volop aan zijn eerste reeks machines.

Cosmeticabedrijf **Nannic** uit Heist-op-den-Berg kaapte in Zweden een prestigieuze prijs weg voor zijn luxelijn Excellence. De award werd uitgereikt tijdens de Beauty Oscars van de gerenommeerde krant Aftonbladet. Nannic exporteert in totaal 50 producten naar een 40-tal landen.



58

Zoveel dubbelgelede trambussen gaat **Van Hool** bouwen voor het Noorse Trondheim. Het is het grootste order ooit voor de trambus van de Lierse busbouwer. Sinds de lancering in 2011 zijn er al ruim 250 trambussen besteld in 11 verschillende landen.

Marktinformatie

Geregeld bundelen onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) de lokale zaken-
opportunities in overzichtelijke marktstudies.

U kan ze allemaal lezen en downloaden op www.flanderstrade.be, onder de rubriek 'Landen'.

Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

De bouwsector in het Verenigd Koninkrijk

Tijdens de crisisjaren kreeg de bouwsector in het VK het hard te verduren. Maar momenteel kent ze een heropleving. Met ruim 2 miljoen medewerkers, waarvan het merendeel in Londen en het zuidoosten van het land – dicht bij Vlaanderen dus – blijft het een belangrijke markt voor Vlaamse bedrijven.

De Britse ingenieurs- en architectenbureaus staan aan de wereldtop. Zo blijft het land een belangrijk beslissingscentrum voor internationale projecten. De grootste opportuniteiten voor Vlaamse bedrijven binnen de Britse bouwsector liggen binnen duurzaam bouwen, efficiëntie, en het toepassen van Building Information Modelling-technologie.

Sourcing in China

China heeft zich in de voorbije decennia ontpopt als het sourcingland bij uitstek, als 'de fabriek van de wereld'. FIT maakte deze handige leidraad om zich goed te kunnen voorbereiden en informeren over sourcing in China.

Wij raden bedrijven zonder aankoopkantoor in China aan om samen te werken met een sourcingagent. Die heeft immers een goede terreinkennis, kan lokaal uw belangen verdedigen en ervoor zorgen dat kleine problemen geen catastrofes worden. De in verhouding kleine kosten zijn het meer dan waard.

Guide Food & Beverage samples India

Deze gids geeft u een overzicht van de reglementen waarmee u moet rekening houden bij de export van voeding en dranken als monsters of stalen richting India. Dat is een interessante markt daarvoor, maar de regels zijn streng. U heeft er alle belang bij om samen te werken met een Indiase importeur of distributeur die vertrouwd is met de wetgeving. In België speelt het FAVV (Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen) een belangrijke rol.

Handelsvoorstel & marktstudie Olympische en Paralympische Spelen in Tokio 2020

In 2020 is Japan het gastland voor de Olympische en Paralympische Spelen. Die zomer zullen de ogen van de hele wereld gericht zijn op de hoofdstad Tokio. Op 16 april 2018 lanceerde het organisatiecomité verschillende tenders voor tijdelijke infrastructuur en gerelateerde werken. Goed voor een totale waarde van 2,6 miljard dollar. Ook veel Vlaamse bedrijven kunnen daar een rol spelen, dat bewijzen de vorige edities van het grootste sportevent ter wereld. Maar deelnemen aan een tender in Japan vergt kennis. Daarom publiceerde ons kantoor in Tokio een speciale marktstudie over deze aanbestedingsprocedure en tips om daar goed te scoren.

INSCHRIJVEN op de tenders kan tot 24 mei 2018 op

www.flanderstrade.com/export/handelsvoorstel/2020-tokyo-olympics-paralympics-tenders-voor-tijdelijke-infrastructuur

Zweden

De blik op de toekomst gericht

Zweden wordt al decennia geassocieerd met wereldmerken zoals Ikea en H&M, een prachtige natuur en ijzersterke prestaties op het Eurovisiesongfestival. Toch zijn de ogen van het grootste land van Scandinavië op de toekomst gericht. “Innovatie vormt een van de belangrijkste speerpunten van de Zweedse economie”, vertelt Max Lundgren, onze vertegenwoordiger in Stockholm. “Bedrijven zetten volop in op Onderzoek & Ontwikkeling.”

Blijvende groei

In Zweden sloeg de wereldwijde financiële crisis minder hard toe. De economie kwam er zonder kleerscheuren vanaf. Hoe staat het land er vandaag voor?

Max Lundgren: "De Zweedse economie kan nog altijd goede cijfers voorleggen. In 2017 steeg het bbp met 3.1% en voor 2018 wordt een groei van 2.7% verwacht. Die stijging is vooral te danken aan de resultaten bij de grote bedrijven en multinationals. Verder spelen ook de positieve loongroei, een expansiever begrotingsbeleid en de lage werkloosheid een rol. Hoewel een zwakkere huizenmarkt de investeringen zou kunnen temperen, leveren de andere sectoren wel een solide prestatie."

Hoe ziet het bedrijvenlandschap eruit?

Max Lundgren: "Zweden bezit heel wat natuurlijke grondstoffen. De mijnbouw, producenten van zware machines en de auto- en bouwindustrie doen daar hun voordeel mee. Sectoren waarin doorgaans multinationals de plak zwaaien. Toch betekent dat niet dat je alleen daarmee te maken krijgt als je onderneemt in en met Zweden. Integendeel, het land telt ongeveer 1 miljoen bedrijven, niet slecht op een inwonersaantal van amper 10 miljoen. 0.1% bestaat uit grote bedrijven – hoewel goed voor 40% van het Zweedse bbp – en 99.9% van die ondernemingen stelt minder dan 250 medewerkers tewerk. Vlaamse ondernemers die naar Zweden willen exporteren, zullen dus hoogstwaarschijnlijk zakendoen met kleine bedrijven of kmo's."

**\\ Alles wat met 'smart cities' te maken heeft, biedt gouden kansen **

Innovatie en duurzaamheid

Zweden is de op twaalf na grootste handelspartner van Vlaanderen. Zijn er nog mogelijkheden voor Vlaamse ondernemers die nog niet op de trein zijn gesprongen en zo ja, welke?

Max Lundgren: "Zweedse bedrijven importeerden in 2017 voor meer dan 5 miljard euro aan Vlaamse goederen. Dit jaar wordt er opnieuw een stijging verwacht. Vlaamse ondernemers hebben dus tal van mogelijkheden in de Zweedse economie, vooral in de chemische industrie, machine-uitrusting en transportsector. In die laatste categorie zijn er grote veranderingen op

til. Zweden wil tegen 2045 de uitstoot van broeikasgassen tot nul herleiden. Het binnenlandse verkeer is verantwoordelijk voor een derde van de uitstoot. De vervuiling van dat verkeer moet in 2030 al 70% lager zijn dan de uitstoot in 2010. Voor Vlaamse bedrijven met ervaring op het vlak van duurzame mobiliteit zullen er de komende jaren heel wat toekomstperspectieven bijkomen. Daarbij is expertise een doorslaggevende factor. Waar er nog gouden kansen liggen, is alles rond 'smart cities'. Vlaamse start-ups hebben een ijzersterke reputatie op vlak van slimme mobiliteit, digitale infrastructuur en stadslandbouw. Innovatie en duurzaamheid vormen de belangrijkste speerpunten van de Zweedse economie; bedrijven zetten volop in op Onderzoek & Ontwikkeling. Dat betekent zeker en vast opportuniteiten voor Vlaamse initiatieven in die domeinen. Daarnaast is de Zweedse consument altijd bereid om nieuwe luxeproducten uit te proberen, onder andere op het vlak van beauty en cosmetica, kleding en voeding."

**\\ De grootste hindernis? Vlaamse bedrijven die zich niet aanpassen aan het koopgedrag van de Zweedse consument **

België staat in het buitenland vooral bekend om zijn vele bieren. Hoe moeten de Vlaamse brouwerijen de Zweedse markt benaderen?

Max Lundgren: "Ambachtelijke bierbedrijven kunnen niet zomaar de Zweedse markt betreden. De overheid reguleert de alcoholverkoop en heeft het monopolie op de verkoop van dranken met een alcoholpercentage boven de 3.5%. Alcoholische dranken kan je er enkel in een Systembolaget-winkel kopen, eigendom van de Zweedse staat. Brouwerijen moeten dus Systembolaget aanspreken als ze hun waren in Zweden willen verkopen. Daarnaast moet ook de smaak en de huisstijl van het merk aansluiten bij de lokale trends."

Waar zijn de valkuilen?

Max Lundgren: "De grootste hindernis is dat Vlaamse bedrijven zich niet aanpassen aan het koopgedrag van de Zweedse consument. Die is goed op de hoogte van de markt en staat te popelen om nieuwe producten uit te proberen, dus op loyaliteit hoeft je niet te rekenen. Kwaliteit en duurzaamheid zijn daarentegen belangrijke criteria en de concurrentie is hard. Je product of dienst moet dus in de eerste plaats kwalitatief

van topniveau zijn, en een uitstekende marktkennis én profilering zijn cruciaal voor een succesvolle export naar Zweden."

**\\ Een partnership met een Zweeds bedrijf is van onschatbare commerciële waarde **

Inzetten op partnerships

Wat zijn andere gouden tips?

Max Lundgren: "Een persoonlijke ontmoeting is essentieel om een samenwerking op touw te zetten. Het verhaal moet kloppen: laat Zweedse bedrijven weten waarom ze met jou in zee moeten gaan. Waarvoor staat je merk? Welke inspanningen rond maatschappelijk verantwoord ondernemen lever je? Daarbij is een goede voorbereiding niet te onderschatten. Streef ook naar partnerships, waarbij je op lange termijn echt samenwerkt met lokale bedrijven en het statuut van leverancier overstijgt. Dat vergt inspanningen, maar het loont. Omdat het consumentengedrag namelijk zo snel verandert, is een partnership van onschatbare commerciële waarde. Je zakenpartners kunnen je helpen om de juiste aanpassingen door te voeren en mee te evolueren met het koopgedrag van de Zweedse consument."



Max Lundgren werkt als posthoofd voor het Vlaams Gewest in de Belgische ambassade in Stockholm, waar hij ook FIT vertegenwoordigt. Hij ziet Zweden als een belangrijke en veelbelovende handelspartner voor Vlaamse ondernemers en maakt het tot zijn missie om dit maximaal te bewerkstelligen.

\\ Zweedse bedrijven kennen een vlakke organisatiestructuur: er is weinig begrip voor klasse of status \\

Hoe pak je die partnerships concreet aan?

Max Lundgren: "Vlaanderen geniet geen grote bekendheid bij de meeste Zweedse bedrijven. Branding is dus enorm belangrijk: je moet opgemerkt en opgepikt worden. Voorzie om te beginnen een Engelstalige versie van de bedrijfswebsite. Dat klinkt logisch, maar het wordt vaak

over het hoofd gezien. Het is nochtans de eerste plaats waar Zweedse bedrijven hun informatie halen. Na het eerste contact kan je een meeting plannen op een handelsbeurs met het bedrijf waarmee je in zee wil gaan. Voor die ontmoeting moet je grondig je huiswerk hebben gemaakt. Analyseer dus de markt en de Zweedse consument. Een potentiële handelspartner bundelt zijn krachten niet met een bedrijf dat de Zweedse economie niet lijkt te kennen."

In welke mate verschilt de Zweedse zakenwereld met de Vlaamse?

Max Lundgren: "Zweedse bedrijven kennen een vlakke organisatiestructuur. Er is weinig begrip

voor klasse of status. Ondernemingen streven naar een consensus bij belangrijke beslissingen. Hogere kaderleden houden rekening met iedereen: van hun oversten tot de arbeiders. Jonge medewerkers krijgen vaak hoge functies toegewezen waar veel verantwoordelijkheid mee gepaard gaat. Privé en werk zijn strikt gescheiden en de werkuren worden dan ook consequent nageleefd. In de bedrijfscultuur worden stiptheid, een goede voorbereiding en een directe benadering op prijs gesteld. Die mentaliteit is merkbaar tot in de administratie. Geen ellenlange procedures en ingewikkelde regelgeving: alles verloopt er transparant en tijdsbesparend. Er staat Vlaamse bedrijven dus weinig tot niks in de weg om hun stempel op de Zweedse economie te drukken."

"Lokale aanwezigheid is cruciaal"

Het Vlaamse IT-bedrijf Brain², dat dit jaar zijn 20ste verjaardag viert, levert cloudoplossingen en services voor (inter)nationale klanten in vooral logistiek, retail, productie en distributie. Zo stroomlijnt en optimaliseert hun eigen b2b-cloudoplossing Montova de communicatie tussen bedrijven. "Ondertussen verwerkt Montova maandelijks meer dan 9 miljoen transacties, en dat aantal blijft nog stijgen", vertelt CEO Mark Van Hamme.

"We openen binnenkort een Zweeds kantoor. Brain² werkt immers al jaren samen met het Zweedse Atlas Copco, een wereldleider op het vlak van industriële productiviteitsoplossingen. Sinds kort mogen we ook Epiroc tot onze klanten rekenen, een bedrijf dat autonoom mijnbouw- en infrastructuuractiviteiten overneemt met het hoofdkantoor in Zweden. Dat gaf de doorslag om een Zweedse vestiging van Brain² op te richten."

Wat valt u op aan de Zweedse economie?

"De kracht van de Zweedse economie ligt in haar verscheidenheid en innovatie. Die hooggeïndustrialiseerde samenleving is de drijfveer voor onze aanwezigheid. Zweden verwachten dat je lokaal aanwezig bent. Samenwerken met Zweden is dan ook geen proces dat je vanuit Vlaanderen voert. Bovendien kan hun inbreng een verrijking zijn, iets waar Brain² zeker voor openstaat."

Welke obstakels kunnen er zich voordoen bij een Zweedse marktintrede?

"De Vlaamse zakencultuur verschilt danig van de Zweedse. Hoewel ze gedreven zijn en hard werken, vinden

Zweden bijvoorbeeld niet dat ze één moeten zijn met hun job. Ze verkiezen middelmatigheid, balans en collectiviteit boven individualisme, hiërarchie en overwerk. Ook houden ze er een strikte work-life balance op na. Dat merk je tijdens een meeting, waar er amper over het privéleven wordt gesproken. Door werk en privé duidelijk te scheiden, hebben de Zweden meer rust en is het een meer gedisciplineerde manier van zakendoen. Een ander aandachtspunt is zeker de wisselkoers. Zweden gebruikt nog zijn eigen munt: de Zweedse kroon. Het lijkt banaal, maar hou er altijd rekening mee, anders kom je voor verrassingen te staan. Toch verloopt het zakendoen behoorlijk vlot. Zweden is immers wel lid van de EU, waardoor dezelfde regels voor onder andere tewerkstelling gelden als in Vlaanderen."

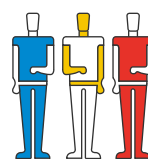
Heeft u tot slot nog tips voor Vlaamse ondernemers met ambities in Zweden?

"In het begin is het wat zoeken naar de juiste aanpak. Dan is een lokaal aanspreekpunt bijzonder waardevol. Wij hebben advies gevraagd aan FIT, waar we uitstekend zijn geholpen. Met een uitgebreide expertise en vlot aanspreekbare adviseurs vormt FIT een interessante hulplijn."

FACTSHEET ZWEDEN



OPPERVLAKTE
450.295 KM²



AANTAL INWONERS
9,960 MILJOEN



OFFICIËLE TAAL
ZWEEDS



MUNTEENHEID
ZWEEDSE KROON (SEK)
1 EUR= 10,38 SEK
(23/04/2018)



Zweden was de voorbije jaren de op 3 na grootste importeur van papier en karton ter wereld.



Ease of doing business index



Politiek risico



Commercieel risico (van A tot C)



OP DE AGENDA:

Onthaalstand 'BIO Europe – Fall' – Kopenhagen en Malmö

Van 5 tot 7 november 2018 vindt in Kopenhagen (Denemarken) en Malmö (Zweden) de herfsteditie plaats van BIO Europe, het belangrijkste biotechforum in Europa. FIT en flanders.bio zullen aanwezig zijn met een (gratis) onthaalstand.

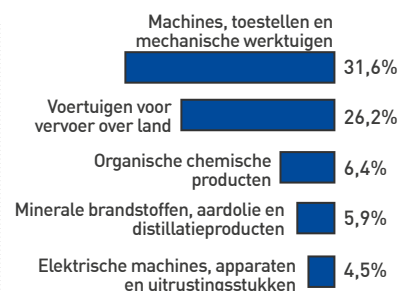
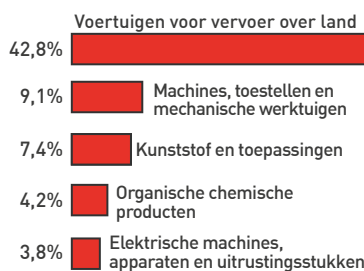
FIT en flanders.bio bieden u:

- een gratis meeting point, als uitvalsbasis voor het BIO partnering event;
- een korting van 300 euro op het officiële partneringtarief, mits vermelding van een speciale code bij registratie online;
- een vrijblijvend voorstel voor transport van brochures en documentatiemateriaal;
- een vrijblijvend voorstel voor reis/verblijf;
- volledige omkadering vooraf en ter plaatse.

De inschrijvingen zijn nog niet gestart. Maar meld uw interesse alvast via jeroen.devuyt@fitagency.be.

Meer informatie vindt u op www.flanderstrade.be.

Vlaamse export naar Zweden: € 5,9 miljard (2017)



Vlaamse import uit Zweden: € 6,9 miljard (2017)

Meer weten over zakendoen in Zweden?

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.



Iconische leeuw,
nog scherpere klauwen:
prestigieuze wedstrijd
steekt in een nieuw kleedje

Wint u de **LEEUEW** **VAN DE EXPORT 2018?**

Met de Leeuw van de Export zet FIT jaarlijks dé twee Vlaamse exportkampioenen in de kijker. Deze wedstrijd vindt al voor de zeventiende keer plaats. Aan de succesformule veranderen we niets, wel aan de deelnemingsprocedure: die wordt sneller en makkelijker. Heeft uw bedrijf een uitstekend exportjaar achter de rug? Schrijf u dan als de bliksem in en wie weet gaat u tijdens het uitreikingsgala op 19 september met de Leeuw van de Export aan de haal.

De Leeuw van de Export moeten we aan trouwe Wereldwijs-lezers en FIT-fanaten niet meer voorstellen. Met deze award bekronen we jaarlijks de opmerkelijkste Vlaamse exportsuccessen in twee categorieën: 'Bedrijven met max. 49 werknemers' en 'Bedrijven met 50 werknemers of meer'. Vorig jaar kaapten Klingele Chocolate en Skyline Communications de prijzen weg. Dingt u mee naar de overwinning en volgt u hen op?

GRIJP UW KANS VOOR DE EINDZEGE

Dus waarop wacht u nog?
Waag en test uw kans, de nieuwe
wedstrijdformule maakt het een-
voudiger om deel te nemen. En
een deelname is de eerste stap
naar de overwinning.

Alle details vindt u op
www.leeuwvandeexport.be.

Veel succes!

De nieuwe wedstrijdformule

- **Ronde 1:** u stelt – in tegenstelling tot vorige jaren – niet langer een uitgebreid wedstrijd-dossier samen, maar vult **online een beknopt formulier in**. De deadline om dit dossier in te dienen is 1 juni 2018.
- **Ronde 2:** de jury selecteert op basis van de inzendingen **3 genomineerden per categorie**. Deze kanshebbers voor de Leeuw van de Export stellen een overtuigend dossier samen tegen 3 september. Dat verdedigen ze op 14 september tijdens de tweede juryronde. Vervolgens selecteert de jury de 2 winnaars.
- **Uitreikingsgala:** De 17e Leeuw van de Export wordt op 19 september bekendgemaakt en uitgereikt in Antwerpen, in aanwezigheid van het neusje van de zalm onder de Vlaamse exporterende bedrijven.

Waarom deelnemen?

Met deze felbegeerde exportprijs hebben de winnaars **een extra troef** om buitenlandse klanten en potentiële partners te overtuigen. Daarbovenop doet de titel wonderen voor uw **naambekendheid** en uw werkgeversimago. De Leeuw van de Export tilt uw bedrijf kortom nog een niveau hoger.

HOOFDSPONSORS:



SPONSORS:



VAN 12 TOT EN MET 14 JUNI 2018: TWEEDE EDITIE EXPORTBEURS

Hoogmis voor EXPORTEREND VLAANDEREN

De allereerste Exportbeurs in 2016 gooide hoge ogen. Na de indrukwekkende resultaten mocht een vervolg dan ook niet uitblijven. Van dinsdag 12 tot en met donderdag 14 juni 2018 kan exporterend Vlaanderen afzakken naar Paleis 1 van Brussels Expo voor onze tweede editie van de Exportbeurs.

De Exportbeurs is **een unieke ontmoetingsplaats** voor alle spelers in de Vlaamse exportwereld: van doorgewinterde internationale ondernemingen tot wie nog zijn eerste stappen over de grens moet zetten. Heeft u vragen over hoe u bepaalde markten benadert? Of over hoe u uw producten of diensten er het best heen krijgt? Talloze experts staan paraat om u op goede weg te

helpen met hun knowhow. De Exportbeurs is met andere woorden **dé place to be voor iedereen die internationale ambities koestert**.

Bovendien past de beursformule **perfect binnen het plaatje van 'Vlaanderen versnelt'**, de internationaliseringsstrategie van de Vlaamse regering. Studies bewijzen keer op keer dat internationalisering de levensader is van onze

economie. Daarom geeft FIT nog meer bedrijven dat extra duwtje in de rug. Maar ook ervaren exporteurs worden aangemoedigd om hun actieradius stelselmatig uit te breiden. Door de drempel te verlagen en ervoor te zorgen dat bedrijven weten bij wie ze terecht kunnen met specifieke vragen. En dat is precies was de Exportbeurs bewerkstelligt.

Komt u ook naar de Exportbeurs 2018?
Maak er met FIT een even succesvolle editie van als in 2016!

DE EERSTE EXPORTBEURS IN CIJFERS



1.200
bezoekers



3.000
een-op-een-
gesprekken met
landenspecialisten



36
volgeboekte
infosessies



42
verschillende
beursstanden



ontelbare
businesscontacten



3 REDENEN OM IN TE SCHRIJVEN!

1. Het volledige FIT-netwerk aanwezig

Aan het succesrecept wordt amper gesleuteld: opnieuw zakken alle **vertegenwoordigers** uit ons uitgebreide internationale netwerk af naar onze hoofdstad. Tijdens een-op-een-gesprekken maken zij u wegwijs in hun markt. De andere specialisten van FIT tekenen dan weer present om vragen te beantwoorden binnen hun expertise. Zo kan u voor zo goed als elk aspect van internationaal ondernemen bij iemand terecht. Daarnaast treft u op de beursvloer **zowat alle spelers uit de Vlaamse exportwereld** aan, met tientallen organisaties en bedrijven die een internationaal project of idee mee kunnen helpen realiseren. De exposanten beschikken over een uitgebreide vakkennis. Op die manier krijgt u ook van andere partijen waardevolle informatie over de diverse facetten van export. U ontdekt bovendien op wie u precies een beroep kan doen om uw internationale ambities te realiseren.

2. Topsprekers en interactieve sessies

Ook kan u enkele lezingen bijwonen van onze **topsprekers** die dieper ingaan op bepaalde hot topics. Verder besteden we opnieuw de nodige aandacht aan duurzaamheid. Wil u de theorie omzetten in de praktijk? In de workshopruimte kan u deelnemen aan enkele **interactieve sessies**. Die staan telkens in het teken van een exportgerelateerd thema.

Tot slot is de Exportbeurs ook dé plaats om **te netwerken**; de hele Vlaamse exportwereld is namelijk aanwezig. Wissel in de gezellige ontmoetingsruimte kennis en advies uit met experts en bezoekers. Want ook van de export-

ervaringen van uw collega-ondernemers steekt u heel wat op.

3. Alle expertise binnen handbereik

Op de Exportbeurs liggen **alle expertise, relevante informatie en contacten op een zakdoek bij elkaar**. Ons volledige FIT-netwerk uit binnen- en buitenland, onze partners en connecties uit het middenveld en de overheid tekenen present. Waar u anders weken tijd moet investeren om de nodige informatie te vergaren, kan u nu alles in enkele uren bijeenprokkelen.

Er zijn kortom **tallose redenen** om op dinsdag 12, woensdag 13 of donderdag 14 juni 2018 naar Brussels Expo te komen. U keert terug naar huis met kostbare informatie, verrassende inzichten en nieuwe contacten om uw grenzeloze ambities te realiseren.

Meer info en inschrijvingen via www.exportbeurs.be.

Registreer u nu voor uw een-op-een-gesprek

Op www.exportbeurs.be vindt u een volledig overzicht van onze FIT-adviseurs. Leg nu al uw persoonlijke gesprek vast via de website. Heeft u vragen rond populaire exportmarkten zoals China of de VS? Laat er dan zeker geen gras over groeien: first come, first served!

Praktisch:

- **WAT?** De tweede editie van de FIT Exportbeurs
- **WANNEER?** Van dinsdag 12 tot en met donderdag 14 juni 2018
- **WAAR?** Paleis 1 van Brussels Expo

INSCHRIJVEN?

Surf naar
www.exportbeurs.be



Vlaamse export breekt opnieuw record in 2017

De Vlaamse exportmotor draait op volle toeren. Voor het 8e jaar op rij steeg de Vlaamse goederenexport. Vooral de minerale producten en kunststoffenindustrie kenden een sterke stijging. Onze buurlanden vormden naar goede gewoonte een aanzienlijke afzetmarkt, maar ook de sterke procentuele exportgroei naar Afrika en Europese markten buiten de EU-28 valt op.

Nieuw record

- In 2017 voerden Vlaamse bedrijven voor 317 miljard euro aan goederen uit naar het buitenland. Dat is **een stijging van 5%** in vergelijking met de 302 miljard euro in het jaar voordien, en meteen ook een nieuw absoluut record. Bovendien gaat het om **de op 2 na grootste stijging sinds de wereldwijde economische en financiële crisis** van 2008-2009. Vlaanderen behaalde met 83,22% van de totale Belgische uitvoer de hoogste export-score van de 3 gewesten.
- Ongeveer 70% van alle Vlaamse uitvoer ging vorig jaar naar landen binnen de EU-28. De intracommunautaire export nam zo toe met 4,7%. **Het aandeel van de buurlanden is daarbij aanzienlijk.** Ruim de helft van de Vlaamse export was bestemd voor Duitsland, Nederland, Frankrijk, het VK en Luxemburg samen.

Minerale producten pieken

- Net als voorbije jaren voerden de **chemische en farmaceutische industrie** de Vlaamse top 10 aan: met 68,6 miljard euro aan internationale afzet zijn ze samen goed voor 21,6% van de totaaluitvoer. De **transportmaterieelsector** volgt hen op de voet. Die tekende een knappe stijging op van 7,4% en neemt 13,1% van de totale Vlaamse export voor zijn rekening.
- **De sterkst stijgende industrie** was die van **minerale producten**, dankzij zowel hogere wereldprijzen als hogere exportvolumes van aardolieproducten. Het resultaat is een stijging van 27,6%. Ook de **kunststoffenindustrie** was met een stijging van 8,9% een van de sterkste groeiers. Hetzelfde geldt voor de op 2 na grootste uitvoersector: machines, mechanica en elektr(on)ische apparatuur. Die wist zijn exportcijfers met 4,2% op te kricken.

Buurlanden vormen top drie

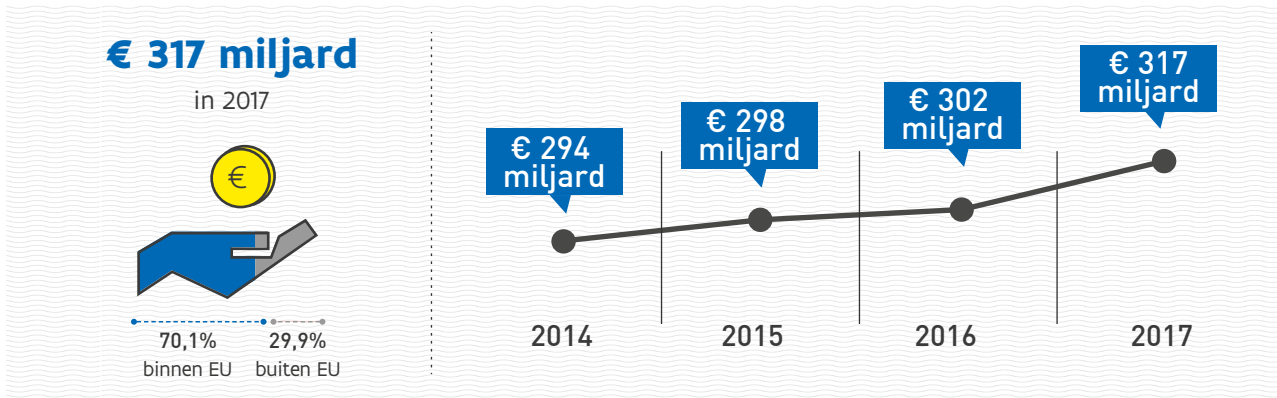
- **Duitsland** was vorig jaar opnieuw de grootste afzetmarkt met een stijging van 4,5% ten opzichte van 2016. **Nederland** nam de tweede plaats in de ranglijst over van Frankrijk: Vlaamse bedrijven voerden vorig jaar 13,72% meer uit naar de noorderburen dan het jaar voordien. **Frankrijk** vervolledigt de top 3 met een stijging van 0,38%.
- Van de belangrijkste exportbestemmingen binnen de EU-28 lieten er slechts twee een daling optekenen. Zo ging de uitvoer naar **Italië** met 1,2% achteruit. De export naar het **VK** daalde licht met 0,4%. De impact van de brexit beperkt zich voorlopig tot wisselkoersschommelingen.
- Tot slot was **Amerika** het enige continent waar de Vlaamse exportcijfers achteruitgingen. Die daling is grotendeels toe te schrijven aan de **VS**: daarheen exporteerde Vlaanderen 13,9% minder. Dat was vooral te wijten aan de organische chemie, die met 44% of anderhalf miljard euro terugviel, en de farmaceutische industrie, die met meer dan een miljard euro achteruitging (-21,7%).

WIL U MEER OF GEDETAILLEERDE INFO?

Neem contact op met de cel kennisbeheer via christophe.verhaeghe@fitagency.be. Hij helpt u graag verder.

Vlaamse exportcijfers 2017

Elk jaar rapporteert FIT over de handelsactiviteiten van Vlaanderen. Ontdek in een oogopslag de exportresultaten voor 2017, opnieuw een recordjaar!



TOP 10 EXPORTBESTEMMINGEN

IN MILJARD EUR

↑ 1		DUITSLAND	53,2
↑ 2		NEDERLAND	39,8
↑ 3		FRANKRIJK	39,3
4		VK	27,9
5		ITALIË	15,5
6		VS	15,3
↑ 7		SPANJE	8,1
8		INDIA	7,8
↑ 9		CHINA	7,3
↑ 10		POLEN	6,6

70% van de Vlaamse export

↑ Stijgers in uitvoerwaarde in vergelijking met 2016

TOP 10 EXPORTSECTOREN

IN MILJARD EUR

Chemie & farma		68,6
Vervoermaterieel		41,4
Machines, toestellen en elektrisch materieel		34,6
Minerale producten		28,9
Kunststof & toepassingen		27,2
Onedele metalen		23,7
Voeding & dranken		18,5
Parels, edelstenen, edele metalen, diamant		17,0
Textielstoffen & textielwaren		11,8
Optica en precisieapparatuur		9,4

89% van de Vlaamse export

Grijp de gouden kansen van de Europese Zilveren Economie

Miljoenenmarkt van senioren wacht op uw innovaties

De vergrijzing in Europa stelt onze samenleving voor vele uitdagingen, of beter gezegd: groeikansen voor innovatieve bedrijven. De Europese 65- en zeker 80-plussers vormen namelijk de Zilveren Economie, met heel eigen behoeften. Wil u daarop in pikken en uw innovatie ervoor internationaal op de markt brengen? Reken dan op het Europese Interreg-project SEAS 2 Grow, voor een versnelde ontwikkeling en lancering. Enterprise Europe Network Vlaanderen organiseerde er eind maart een conferentie mee in Brussel. Ze brachten zo innoverende ondernemers en experts met elkaar in contact, om hen samen de kansen van de Silver Economy te laten grijpen.

Volgens cijfers van Eurostat telde Europa in 2016 maar liefst 19,2% of bijna 98 miljoen 65-plussers. Tegen 2050 maken ze waarschijnlijk 28,5% uit van de Europese bevolking. Daarnaast groeit het aantal 80-plussers. Twee jaar geleden waren ze met 27,5 miljoen inwoners, goed voor 5,4% van alle Europeanen. Tegen 2050 bedraagt hun aandeel volgens de laatste inschatting 11,1%.

Deze verouderende bevolking schept mooie economische kansen voor innovatieve bedrijven. De Zilveren Economie groeit snel en toch grijpen nog te weinig ondernemers de opportuniteiten ervan ten volle. SEAS 2 Grow wil daarin verandering brengen, door bedrijven te ondersteunen bij innovatie en upscaling. Maar eerst: welke uitdagingen bieden zich zoal aan?

Kansen genoeg

"Een grote challenge is het ontwikkelen van oplossingen om senioren langer zelfstandig thuis te laten wonen", weet Vicky Van der Auwera,

projectmanager bij de Vlaamse zorgproeftuin LiCalab en coördinator van de bedrijfssteuning binnen SEAS 2 Grow. "De beperkte plaatsen in de woon-zorgcentra zijn vandaag immers gereserveerd voor wie veel zorg heeft."

Dat brengt ons meteen bij een andere uitdaging door de vergrijzing, namelijk het betaalbaar houden van de gezondheidszorg. Het percentage ouderen in Europa stijgt, terwijl het aandeel beroepsgeschikte personen in verhouding daalt. De gezondheidskosten zullen dus sterk toenemen. Hoe vangen we die op?

"Ook het beter informeren van de senioren over innovaties, is een belangrijke opdracht", gaat Vicky Van der Auwera verder. "Ze weten niet altijd welke oplossingen al bestaan of hoe ze daarmee hun woning kunnen aanpassen. Tegelijk zijn ze doorgaans weinig digitaal actief. We zien een nood aan casemanagers, die de integratie van innovaties bij de ouderen thuis opvolgen en die hen begeleiden bij het gebruik ervan."

Al heel wat innovaties

Meerdere bedrijven ontwikkelen al vernieuwende oplossingen, die antwoorden bieden op bovenstaande uitdagingen. Vaak voor zelfstandig thuis wonen, met bijvoorbeeld ergonomische hulpmiddelen en applicaties voor (preventieve) medische monitoring van op afstand, die ook de therapietrouw checken.

"Er zijn dus al goede initiatieven, maar we hebben er nog veel meer nodig", merkt Vicky Van der Auwera op. "Zowel producten en diensten, als procesinnovaties. Dus zowel voor de ouderen zelf als voor de woon-zorgcentra en de steeds populairdere assistentiewoningen."

Internationaal lanceren niet altijd eenvoudig

Maar bedrijven die oplossingen willen ontwikkelen voor de Zilveren Economie hebben het soms moeilijk, zeker als ze hun oplossing ook in het buitenland willen aanbieden. Ze staan immers geregeld voor markt- en reguleringsbarrières.

"Misschien bestaat een product in Vlaanderen nog niet," oppert Vicky Van der Auwera, "maar zijn er in de overige Europese landen al concurrenten actief. Ook verschillen mogelijk de behoeften van de buitenlandse senioren, omdat ze anders wonen. De overheid betaalt er eventueel ook andere zaken terug."





Op de recente conferentie van SEAS 2 Grow en Enterprise Europe Network Vlaanderen ontdekten tal van bedrijven de kansen van de Zilveren Economie. Marie Roussel, projectleider van SEAS 2 Grow

Voor versnelde lanceringen

Dergelijke kennis over de markt en haar werking vergroot de kans op succes bij een buitenlandse lancering. Maar doorgaans hebben innoverende, vaak nog jonge bedrijven niet de middelen om die inzichten te vergaren. Daardoor kan dit proces lang duren.

Om de ontwikkeling van zorginnovaties te versnellen en hun implementatie op Europese schaal te ondersteunen, werken acht partners uit Frankrijk, het VK, Nederland en België samen binnen het project SEAS 2 Grow of Silver Economy Accelerating Strategies To Grow. Dit Interreg-project wordt deels gefinancierd door het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling.

Uitgebreide testen bij de gebruikers zelf

Tijdens de conceptuele fase organiseert SEAS 2 Grow cocreatiesessies met doelgroepen en experts uit de vier landen, naast testen in gesimuleerde woonomgevingen. Hierdoor verkrijgen bedrijven snel nuttige gebruikersfeedback, waarmee ze al vroeg rekening kunnen houden.

"Bestaat er reeds een eerste prototype of moet een finaal product aangepast worden aan een buitenlandse markt? Dan kunnen we het uitgebreid testen bij de beoogde eindgebruikers uit dat land, in hun eigen leefomgeving, dankzij ons uitgebreide internationale netwerk aan zorgproeftuinen", vertelt Vicky Van der Auwera. "De data van de testpersonen bieden een schat aan informatie, die je in een labo nooit zou verkrijgen."

Stoomcursus over de markt

Ook kan SEAS 2 Grow een korte marktstudie uitvoeren. "Om snel inzicht te krijgen in de oplossingen die daar vandaag al beschikbaar zijn en de huidige aangeboden functies. Als Vlaams bedrijf moet je die zeker kunnen evenaren maar liefst overtreffen. Dankzij die resultaten weet je ook waarmee je je kan onderscheiden."

"Verder regelen we gesprekken met experts ter zake uit ons internationale netwerk van contacten bij zorgorganisaties, ziekenfondsen enzovoort. Ook zij leveren waardevolle info over de markt en relevante regulering, zoals het terugbetalingssysteem."

Golden opportunities tonen

In 2017-2018 ondersteunt SEAS 2 Grow dertien beloftevolle innovaties, en daar komen er de komende jaren nog een pak bij. Het LiCalab, de Vlaamse zorgproeftuin waar ook Vicky Van der Auwera actief is, organiseert de internationale samenwerking voor de testen en de uitvoering ervan.

SEAS 2 Grow wil zo veel mogelijk bedrijven de kansen van de Zilveren Economie laten grijpen. Daarom organiseerde het project samen met Enterprise Europe Network Vlaanderen eind maart een conferentie in Brussel. Deelnemers kregen er zicht op de opportuniteiten, en hoe ze die optimaal kunnen benutten met SEAS 2 Grow.

Ondersteund door Enterprise Europe Network

"Voor de b2b-matchmaking tijdens ons event konden we rekenen op Enterprise Europe Network Vlaanderen en de b2match-tool, waarmee bedrijven online meetings inplanden. Die afspraken leidde het initiatief dan ter plaatse in goede banen. Zo maakten we er samen een succes van. Laat de nieuwe innovaties maar komen", besluit Vicky Van der Auwera. Via het partnerschap met het Enterprise Europe Network kunnen projecten als SEAS 2 Grow nog beter aansluiting vinden bij kmo's en zorginstellingen in de Europese Unie. Het verhoogt mee de kansen van onze ondernemers op deze groeiende 'zilveren markt'.

ZIET U ZELF BROOD IN DE ZILVEREN ECONOMIE?

Werkt u op een innoverend product voor de Zilveren Economie? Of inspireerde dit artikel u tot een briljant idee? Ontdek dan de ondersteuning van SEAS 2 Grow op www.seas2grow.com. Of neem contact op met uw FIT-vertegenwoordiger in het provinciaal kantoor, voor hulp bij het screenen van internationale opportuniteiten.



Taipei Food Show and Belgian Beer Days Taipei

27 tot en met 30 juni 2018

De Taipei Food Show is een van de belangrijkste voedingsbeurzen in Azië. Stel er gratis uw producten voor op onze onthaalstand.

Volgende sectoren zijn vertegenwoordigd:

- vers en ingeblikt fruit en groenten;
- pluimvee, vis, vlees- en zuivelproducten;
- kant-en-klaargerechten;
- diepvriesproducten;
- gebak en koekjes;
- wijn, likeuren, koffie, thee, fruitsappen en frisdranken;
- suikerwaren.

In de marge van de Taipei Food Show 2018 wordt een 'Belgian Beer Days' georganiseerd op 28 juni. Dit event is op uitnodiging en specifiek voor lokale importeurs, inkopers, cateringindustrie, retailketens en Vlaamse bezoekers. Daarnaast vindt tijdens de beurs ook een 'Belgian Beer Cafe bar' plaats, waar lokale agenten gratis bieren aanbieden.

INSCHRIJVEN? Tot en met 1 juni 2018 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Linda Huybrecht op 02 504 88 37 of linda.huybrecht@fitagency.be

ADIPEC Abu Dhabi

1 tot en met 30 november 2018

Met ruim 2.000 exposanten (25 nationale paviljoenen) en meer dan 96.000 bezoekers is ADIPEC hét forum voor de olie- en gasindustrie in het Midden-Oosten en Noord-Afrika. FIT organiseert er samen met Agoria een groepsstand voor Vlaamse bedrijven. Want deze vakbeurs annex conferentie is een onmisbare opportuniteit om nieuwe contacten te leggen en kennis te maken met de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de sector.

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 juni 2018 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Frank Baeyens op 02 504 88 49 of frank.baeyens@fitagency.be

ISM Keulen

27 tot en met 30 januari 2019

ISM is dé belangrijkste vakbeurs ter wereld voor zoetwaren, chocolade, koekjes en versnaperingen. Presenteer er uw producten op onze FIT-groepsstand.

INSCHRIJVEN? Tot en met 18 mei 2018 op

www.flanderstrade.be

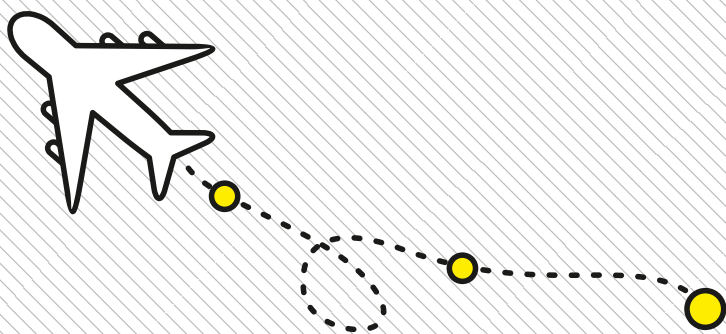
CONTACT? Kurt Vleminckx op 02 504 88 03 of frank.baeyens@fitagency.be

Vlaams-Nederlandse Handelsdag Antwerpen

17 mei 2018

Voor vele Vlaamse exporteurs is Nederland de eerste stap naar 'ondernemen in het buitenland'. Logisch, de taal en nabijheid maken het land erg aantrekkelijk om internationale ervaring op te doen. En ook daarna blijft het goed zakendoen bij en met onze noorderburen. Tijdens de Vlaams-Nederlandse Handelsdag leert u hoe u de Nederlandse markt het best benadert, hoe u er uw kansen op succes verhoogt en hoe u er de juiste zakenpartner vindt. Voor dit initiatief sloegen FIT, de Kamer van Koophandel Nederland, Stad Antwerpen, de ambassade van Nederland in België en Enterprise Europe Network de handen in elkaar.

INSCHRIJVEN? Tot 16 mei 2018 op
<https://vlaamsnederlandsehandelsdag2018.b2match.io>
CONTACT? Ann Verschueren op 02 504 87 56 of
ann.verschueren@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 – oost.vlaanderen@fitagency.be

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

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



LEEuw VAN DE EXPORT 2018

FLANDERS INVESTMENT & TRADE



Is uw business een succes in
meer dan één Gent ?

Dan wordt u misschien
de Leeuw van de Export 2018.

BOOST UW EXPORT ?

WORD DE **LEEuw VAN DE EXPORT 2018!**
SCHRIJF U NU IN OP **LEEuwVANDEEXPORT.BE**

DIEN UW DOSSIER IN VÓÓR 1 JUNI EN TRED IN
DE VOETSPOREN VAN KLINGELE CHOCOLADE
EN SKYLINE COMMUNICATIONS.

LEEuwVANDEEXPORT.BE

Hoofdsponsor



Sponsor

