

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

wereld WIJS

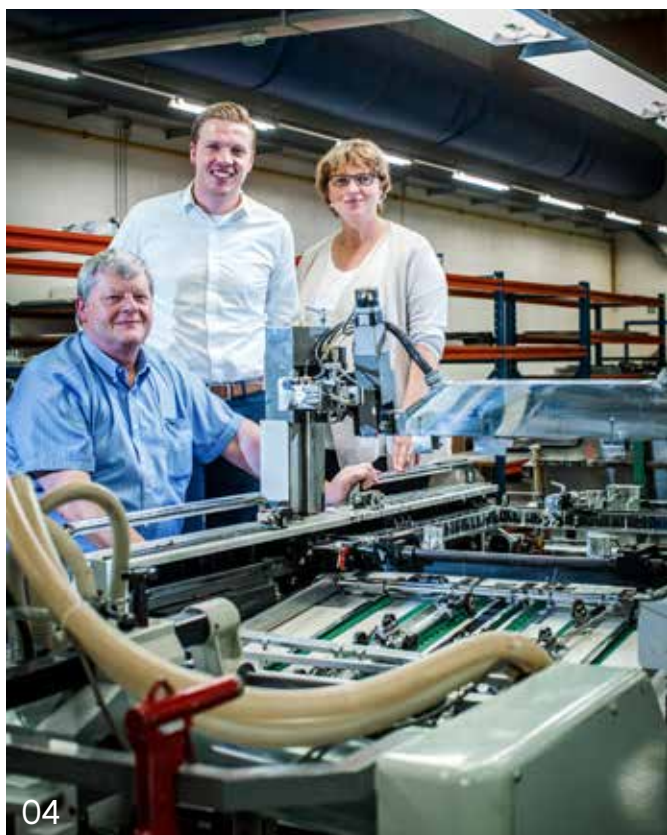
102

11/2017



**Clicktouch: wereldklasse
in elektronische bedieningspanelen**

De Spaanse groeimotor draait op volle toeren



04

In gesprek met **ClickTouch**

Zakendoen in Spanje



11

en verder ...

3 Edito \ **8** Marktinformatie \ **9** EXPORTbarometer \ **10** Intussen... \ **21** FIT bezegelt structureel samenwerkingsakkoord met 17 partnerorganisaties \ **24** Ontwikkel en commercialiseer uw innovaties samen met de Vlaamse overheid \ **26** Kalender

“We trekken volop de kaart van samenwerking”

Beste lezer,

Aanvankelijk wilde ik het hier kort hebben over Spanje, naar aanleiding van het landendossier in deze Wereldwijs. Maar de voorbije weken gaat Spanje door woelig politiek water. Hoe actueel de inhoud van het landendossier ook is, de gebeurtenissen werpen er een ander licht op. Dat is het vervelende van de doorlooptijd van een magazine: alles wat vandaag gebeurt, kan morgen in een ander daglicht komen te staan. Aangezien er op dit moment van schrijven nog te veel vragen open staan, raad ik u aan om voor het meest recente politieke nieuws de media te volgen. Mochten er economische implicaties zijn, dan zullen onze vertegenwoordigers als eerste op de hoogte zijn.

Maar dat we snel de situatie opvolgen, lijdt geen twijfel. Als organisatie met een wijdvertakte aanwezigheid kennen we de kracht van een netwerk als geen ander. Door de koppen bij elkaar te steken, middelen slim in te zetten en te delen, en vraag en aanbod over grenzen heen te tillen, maakt FIT zijn missie waar. Daarbij is de doelstelling: de internationalisering van Vlaanderen – zowel Vlaamse bedrijven stimuleren tot export als buitenlandse investeringen aantrekken naar onze regio – nog verhogen. Cruciaal om de bloei van onze Vlaamse economie te blijven realiseren! Met andere woorden: internationale matchmaking is onze corebusiness.

Nog andere spelers in Vlaanderen streven evengoed naar een bloeiende Vlaamse economie. De focus van FIT ligt hiervoor op internationalisering, andere organisaties geven eigen accenten en invulling aan deze ambitie. Maar finaal willen we allemaal dat onze bedrijven het goed doen, en in onze open economie hoort internationalisering daar onlosmakelijk bij.

Omdat we geloven dat we samen sterker zijn dan alleen, sloten we structurele samenwerkingsovereenkomsten met 17 toonaangevende ondernemersorganisaties en clusters. Onze bedrijven krijgen hierdoor een nog sterkere en bredere ondersteuning bij hun internationaliseringsplannen. Dat dit een positieve impact op onze economie zal hebben, weten we. We hebben trouwens al concrete voorbeelden om die uitspraak te staven, zo ontdekt u verderop in dit nummer.

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/groups
 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 Shutterstock

Lay-out en druk: Vanden Broele Productions

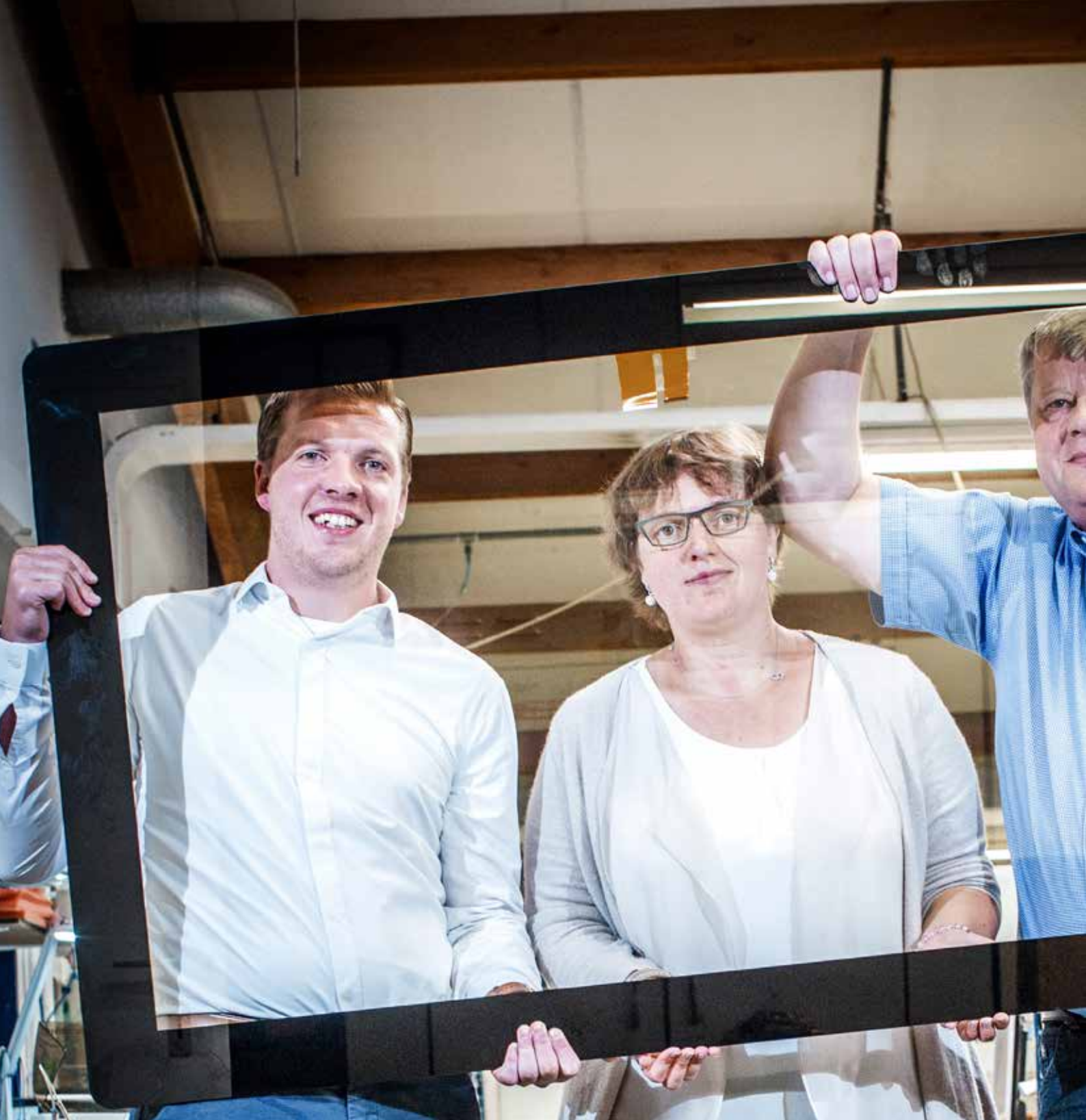
Overnemen of vermenigvuldigen van artikels
is uitsluitend toegestaan met vermelding van bron
(bron: Wereldwijs/Flanders Investment & Trade).

Wereldwijs wordt gratis verspreid onder bedrijven.

Wenst u een exemplaar?

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





ClickTouch:

wereldklasse in elektronische
bedieningspanelen



Wellicht doet ClickTouch bij u geen belletje rinkelen, maar op een bedieningspaneel van deze onderneming uit Gavere heeft u ongetwijfeld al getokkeld. Want van bankterminals over microgolfovens tot medische apparatuur: in tal van sectoren en overal ter wereld vinden de producten van dit Oost-Vlaamse familiebedrijf hun afzet. We blikken terug en kijken vooruit met de familie Blomme: algemeen directeur Piet, verantwoordelijke internationale sales Cedric en marketingmanager Elien.

Al ruim 30 jaar is ClickTouch specialist in elektronische bedieningspanelen voor toegangscontrolesystemen, betaalterminals en geldautomaten, labtoepassingen, huishoudtoestellen, allereerste machines, telecomapparatuur enzovoort. Het bedrijf heeft een gepatenteerd procedé voor membraantoetsenborden, maar stond ook mee aan de wieg van de capacatieve touch-screentechnologie. Piet Blomme kwam eind jaren 80 aan boord, maar voor het prille begin van ClickTouch moeten we nog enkele jaren verder terug in de tijd.

Geprinte toetsen

"Velleman Switch werd in 1986 opgericht als een dochter van de gelijknamige elektronica-producent en -distributeur", vertelt de algemeen directeur aan Karla Laheye, adviseur Internationaal Ondernemen van ons provinciaal kantoor Oost-Vlaanderen. "Van een ingenieur elektronica had de familie Velleman een nieuw procedé aangekocht voor de productie van membraantoetsenborden. Dat zijn bedieningspanelen waarbij de toetsen geen aparte blokjes zijn in het klavier, maar geprint staan op een flexibele kunststofplaat."

Zowel in Europa als in de VS werden patenten neergelegd. Het bedrijf kreeg het statuut van een innovatievenootschap, een specifieke Belgische regeling die onder meer fiscale voordelen bood aan ondernemingen met een innovatief karakter."

Zes miljoen indrukkingen

Karla Laheye: "Wat was er zo baanbrekend aan het nieuwe procedé?"

Elien Blomme: "Er werd een manier ontdekt om in bedrukte polyesterplaten onder hoge temperatuur een diepe vervorming aan te brengen. Die stond niet alleen garant voor een lange levensduur, maar ook voor een uitstekend drukgevoel. Liefst zes miljoen indrukkingen kunnen onze bedieningspanelen aan, dat doet niemand

ons na. Tot vandaag is dit procedé de basis van de membraantechnologie van ClickTouch."

Cedric Blomme: "In die beginjaren concentreerde Velleman Switch zich alleen op ontwikkeling en productie, de commerciële kant van de zaak lag in handen van het moederbedrijf. Zo was Bancontact een klant van het eerste uur, hun eerste generatie betaalterminals bevatten allemaal onze bedieningspanelen."

Moeizame beginjaren

Karla Laheye: "Was Velleman Switch meteen ook al internationaal actief?"

Piet Blomme: "De actieradius beperkte zich tot de Benelux. Het bedrijf kende trouwens een vrij moeizame start: de nieuwe technologie vergde veel interne ervaring en tegenover de hoge investeringen stonden inkomsten van een te kleine afzetmarkt. Eind jaren 80 kwam Sidmar – het huidige Arcelor Mittal – op de proppen: in de nasleep van de regionalisering van de staalsector was de groep op zoek naar industriële acquisities. De holding nam Velleman Switch en de ingenieursactiviteiten van het moederbedrijf in 1989 over en investeerde zwaar in nieuwe productiefaciliteiten voor de membraantoetsenborden. Ik werd door de staalgroep aangesteld als financieel directeur van beide ingenieursbedrijven."

Te snel en te veel

Karla Laheye: "Een jaar na de overname door de Sidmar-groep verhuisde Velleman Switch van Gent naar nieuwe gebouwen in Gavere. Kwam het bedrijf in rustiger vaarwater terecht?"

Cedric Blomme: "Nee, integendeel. De commerciële activiteiten in de Benelux zaten op dat moment nog steeds bij Velleman, maar de toenmalige directie had haar zinnen gezet op de rest van Europa. Dus ze begonnen deals te sluiten met agenten en distributeurs in Duitsland, Frankrijk, Italië, Zweden, Zwitserland enzovoort. Maar die kregen onvoldoende ondersteuning en

sprongen op elke opportuniteit die zich aandienende. Kortom, het management wilde te snel schakelen en dat brak hen zuur op: Velleman Switch ging zelfs bijna overkop."

Elien Blomme: "Het management trok aan de noodrem en alles kwam in een stroomversnelling terecht: vader kwam aan het roer, de klanten- en marktbenadering gebeurden voortaan veel gericht, we kregen de salesactiviteiten in de Benelux in eigen beheer en Sidmar stapte uit Velleman Switch. In 2000 volgde een managementbuy-out en zag de huidige familiale onderneming het licht onder de naam ClickTouch. Ik kwam in 2006 aan boord als marketingmanager, Cedric buigt zich sinds 2008 over internationale sales.

\\ Velleman Switch ging bijna overkop \\

– Piet Blomme

Focus en strategie

Karla Laheye: "Vandaag komt maar liefst 80% van de omzet van ClickTouch uit export. Hoe realiseerde het bedrijf die ommezwaai?"

Cedric Blomme: "Er kwam een echte exportstrategie met focus als codewoord: het distributeursnetwerk werd grotendeels afgebouwd en in onze prioriteitsmarkten – Benelux, Frankrijk, Duitsland en het VK – vervangen door eigen vertegenwoordigers of agenten. Ook voor interessante projecten in andere markten gingen we in de mate van het mogelijke voor een rechtstreekse aanpak.

Elien Blomme: "Vanaf dat moment schakelden we ook meermaals de expertise van FIT in. Zo ondersteunden de Vlaamse Economische Vertegenwoordigers ons bij marktanalyses, ze bezorgden ons interessante contacten en we trokken samen naar vakbeurzen."

Steeds globalere aanpak

Karla Laheye: "Wat zijn momenteel jullie belangrijkste exportmarkten?"

Cedric Blomme: "Duitsland staat nog altijd met stip op nummer één. Al wordt het steeds lastiger om onze exportactiviteiten uit te drukken in afzonderlijke landen, want een aanzienlijk deel van onze klantenportefeuille opereert wereldwijd. Denk maar aan de witgoedfabrikanten, grote afnemers van touchscreens. Bijgevolg raakt ook onze verkoopstructuur meer en meer geglobaliseerd, met vertegenwoordigers die hun klanten waar ook ter wereld volgen."

Elien Blomme: "Onze oplossingen zijn complex en nagenoeg altijd maatwerk. Daarom zijn

training en continue ondersteuning van onze lokale vertegenwoordigers een absolute must. Zij moeten vooral het contact warmhouden met onze klanten, zodat ze op de eerste rij zitten wanneer een klant met een idee voor een nieuwe productlijn of innovatie aanklopt."

\\ Er kwam een exportstrategie met focus als codewoord \\

– Cedric Blomme

Kopen over de oceaan

Karla Laheye: "Heeft ClickTouch ook een vaste vertegenwoordiging in bepaalde markten?"

Piet Blomme: "Via de joint venture ClickTouch America (CTA) in het Canadese Québec hadden we jarenlang vaste voet aan de grond in Noord-Amerika. Die is ontstaan uit een samenwerkingsverband uit 2003 in het kader van ITEC, een organisatie die technologische uitwisseling bevordert via partnerships tussen ondernemingen. In de Noord-Amerikaanse markt zit een enorm potentieel: projecten zijn er gemiddeld vijf keer zo groot als in Europa. Bijkomend voordeel van deze pied-à-terre: Amerikanen en Canadezen zijn er niet zo tuk op om over de oceaan aan te kopen."

Cedric Blomme: "Het bedrijf ontpopte zich in de loop der jaren tot een autonome en rendabele entiteit. Een paar maanden geleden verkochten we het aan de Canadese overheid, die ook al onze grootste concurrent van membraantoetsenborden in handen heeft. Canada wil zo beletten dat nog meer productie in handen van buitenlandse investeerders valt, met delokalisatie als mogelijk gevolg."

Altijd een stap voor

Karla Laheye: "Hoe slagen jullie erin om bij te benen met de technologische innovaties die elkaar in ijtempo opvolgen?"

Elien Blomme: "Bijbenen volstaat niet in onze branche, we moeten onze klanten eigenlijk altijd minstens één stap voor zijn. R&D is de snelst groeiende afdeling van ClickTouch en we blijven investeren in ons testlabo. We leggen patenten neer, maar registreren vaak ook al onze ontwerptekeningen."

Piet Blomme: "Met onze klanten houden we op geregelde tijdstippen zogeheten state-of-the-art-meetings waarop we ingenieurs, designers, salesmensen en technici rond de tafel brengen. Samen brainstormen we dan over de trends in hun branche en hoe we die samen kunnen omzetten in concrete innovaties. Verder zijn we bevoorrechte leverancier van de twee grootste

fabrikanten van semiconductors. Ook via dat partnership zitten we heel dicht op wat er in de markt beweegt."

\\ We moeten onze klanten altijd minstens één stap voor zijn \\

– Elien Blomme

Pionier in touchscreens

Karla Laheye: "ClickTouch is indertijd gestart rond de gepatenteerde membraantechnologie, maar vandaag bevat het gamma ook touchscreens. Wanneer zijn jullie met deze technologie van start gegaan?"

Piet Blomme: "Vanaf begin jaren 90 van de vorige eeuw vormden resistieve – drukgevoelige – touchscreens een bedreiging voor de markt van de membraantoetsenborden. Meer nog: ons buikgevoel vertelde ons toen dat deze technologie weleens een grote revolutie zou kunnen veroorzaken. Meteen sprongen een aantal Aziatische landen op de kar om die schermen te produceren. We rustten niet op onze lauweren en sloten in 1991 al een commercieel partnership met een Taiwanese fabrikant. Zo konden we ons productgamma meteen uitbreiden met touchscreens."

Cedric Blomme: "Maar we stonden rond de eeuwwisseling ook mee aan de wieg van de capacitieve touchscreentechnologie. Die werkt niet langer op basis van druk, maar maakt gebruik van lichte elektrische lading. Samen met grondlegger Philipp Hal en een grote witgoedfabrikant ontwikkelden wij de eerste capacitieve touchscreen voor een microgolfoven. Sinds 2011 zijn we aandeelhouder in een Chinees productiebedrijf van touchscreens. Dat maakt van ons wellicht de enige Europese speler die touchscreens in eigen beheer in China produceert. Ook concurrenten kopen bij ons aan."

Ook onder het paneel

Karla Laheye: "Had deze nieuwe technologie ook gevolgen voor jullie bedrijfsvoering?"

Elien Blomme: "Absoluut. Allereerst was het wettelijk om producten te ontwikkelen voor de consumentenmarkt. Verder waren we tot dan toe enkel producent geweest van de panelen zelf, de technologie erachter was onze winkel niet. Maar bij een touchscreen ging die vlieger niet langer op: we moesten voortaan ook zelf de software ontwikkelen en deze laten praten met het scherm erboven. Dus versterkten we onze ploeg met een aantal ingenieurs."

Piet Blomme: "Vergeet ook niet dat de capacitieve technologie rond de eeuwwisseling nog zo

nieuw was dat zelfs de ingenieursafdelingen van onze klanten er geen weg mee wisten. De grote doorbraak in de consumentenmarkt is er pas gekomen toen Apple het eerste iPhone-model lanceerde. En nu merken we hoe touchscreens stilaan ook de industrie veroveren.”

Plots was technologie wel onze winkel

– Elien Blomme

Bedienen met handschoenen

Karla Laheye: “Zal de touchscreentechnologie de membraantoetsenborden op termijn overbodig maken?”

Piet Blomme: “Vandaag draaien we nog bijna de helft van onze omzet op de membraantechnologie. In de zware industrie en de automobielsector, maar ook in de medische wereld, bestaat daar zeker nog een markt voor. Allereerst zijn membraantoetsenborden in bepaalde kritische toepassingen een stuk robuuster en slijtvaster

dan touchscreens. Bovendien zorgen de voelbare toetsen voor extra veiligheid en gebruiksgemak bij de bediening van apparatuur, zeker wanneer de operator handschoenen draagt. Al bestaan er vandaag al touchscreens met haptische terugkoppeling die dat gevoel van indrukken simuleren.”

Standaard is goedkoper

Karla Laheye: “Hoe ziet jullie concurrentievelde er anno 2017 uit?”

Elien Blomme: “De felste concurrentie onder vinden we van grote, internationale displayproducenten. Maar ook in het catalogusaanbod aan bedieningspanelen schuilt er een geduchte concurrent, want standaard is altijd goedkoper dan maatwerk. In de witgoedmarkt, bijvoorbeeld, ontwikkelen wij alleen touchscreens voor merken die het hogere segment aanboren.”

Cedric Blomme: “Soms vragen klanten ons om exclusiviteit, maar daar gaan we meestal niet op in. De niche waarin we opereren is al zo klein, dat we in ons eigen vel zouden snijden door ons per sector aan één fabrikant te binden.”

Touchscreen rond de arm

Karla Laheye: “Tot slot, kunnen jullie een tipje van de sluier oplichten over de trends in jullie branche?”

Cedric Blomme: “We bieden al een tijdje capacatieve technologie aan doorheen andere materialen dan glas, zoals metaal of hout. Die technologie staat garant voor een breed scala aan nieuwe toepassingen, onder meer in kranenwerk voor keukens en badkamers.

Elien Blomme: “Verder zit de toekomst vooral in wearables, gadgets met ingebouwde technologie die op het lichaam worden gedragen. Zo zijn wij volop bezig met de ontwikkeling van een bedieningspaneel met touchscreen voor industriële toepassingen dat als een horloge rond de arm wordt gedragen.”

Voelbare toetsen zorgen voor extra veiligheid

– Piet Blomme



—ID—

Bedrijf: ClickTouch

Sector: technologie

Opgericht in: 1986

Hoofdkantoor in: Gavere

Aantal medewerkers: 43

Omzet: 6,3 miljoen euro

Exportaandeel in omzet: 80%

Direct aanwezig in: 35 landen

Marktinformatie

Geregeld bundelen onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) de lokale zakenopportuniteiten in overzichtelijke marktstudies. U kan ze allemaal lezen en downloaden op www.flanderstrade.be, onder de rubriek 'Landen'.

Renewable energy and solar energy in Finland

Hoewel de meeste energie die in Finland wordt geproduceerd komt van kernenergie en steenkool, zit het gebruik van hernieuwbare energiebronnen in de lift. In deze Engelstalige paper ligt de focus op zonne-energie.

U vindt er informatie over:

- Finse bedrijven die zonne-energie produceren;
- specifieke Finse technologie;
- taxen en reglementering;
- overheidsbeleid inzake zonne-energie;
- huidige situatie en de verwachtingen van de sector;
- sectorverenigingen.

De digital health markt in de VS

De studie geeft een overzicht van trends, regelgeving en belangrijkste spelers in de Amerikaanse digitale gezondheidssector die in volle ontwikkeling is. Daardoor zijn er tal van opportuniteiten. De VS is de grootste lifesciencesregio, niet alleen voor geneesmiddelen, maar ook voor medical devices en digital health-toepassingen. Met zijn leiderschap in durfkapitaal is het land een bijzonder interessante markt voor Vlaamse bedrijven en een must voor wie internationaal wil meespelen.

Construction sector in Hungary

Het bouwvolume in Hongarije steeg in vergelijking met vorig jaar. Die groei was voornamelijk het resultaat van de bouw van magazijnen en industriële gebouwen. Ook het volume nieuwe contracten – zowel voor gebouwen als voor civiele bouwwerken – is dit jaar gestegen.

De openbare aanbestedingen, gerealiseerd uit EU-fondsen, verklaren de significante groei in 2017 (dixit de National Federation of Hungarian Building Contractors). Ook resulteert de financiële steun van de regering voor gezinswoningen in een aanzienlijke toename van het aantal nieuwe appartementen (ongeveer 20.000 voorzien voor 2017).

Nog gunstige ontwikkelingen voor de bouwsector in Hongarije:

- een verminderd btw-tarief;
- het invoeren van nieuwe en gunstige kredietlijnen;
- de toename van categorieën zonder bouwvergunning – enkel een mededeling volstaat – waardoor de administratie eenvoudiger is;
- de invoering van een nieuwe wet inzake overheidsopdrachten.

Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

Vlaamse exporterende kmo's zien het rooskleurig

302,4 miljard euro. Voor dit ongelooflijke bedrag exporteerde Vlaanderen in 2016. Een indrukwekkende prestatie, waar niet alleen de grote kleppers voor iets tussen zitten. Ook de talloze kmo's die onze regio telt, droegen een aanzienlijk steentje bij. Om te meten hoe onze exportbedrijven hun toekomst zien, riep FIT vijf jaar geleden de EXPORTbarometer in het leven. In deze jaarlijkse enquête polsen we bij hen naar het huidige exportklimaat, gedrag en prognoses. Dit jaar werkten we hiervoor samen met Agoria, essenscia, Fevia, UNIZO en Voka.

De studie geeft vooral een helder beeld van de evolutie van het exportgedrag van micro- en kleine ondernemingen – minder dan 50 werknemers, dus. Ruim 80% van de respondenten behoort tot deze groep. Aan de EXPORTbarometer 2017 namen 505 Vlaamse bedrijven deel.

Vertrouwen zwelt nog aan

Het gemiddelde vertrouwen in het economische klimaat staat dit jaar op een schaal van 1 tot 10 op 6,6. Dat is het hoogste resultaat sinds het begin van onze metingen. Logisch, aangezien ruim de helft van de respondenten meer exporteerde dan in 2016. Meer dan 10% van de bedrijven zag zijn exportcijfer zelfs met meer dan 50% stijgen.

Belangrijkste exportmarkten

Voor de export binnen Europa groeide opmerkelijk. Daarbij zoeken onze respondenten het niet te ver: Nederland ligt veruit op kop als belangrijkste handelspartner. Buiten de EU blijft dat de VS, gevolgd door Zwitserland.

Toekomstverwachtingen

Net als vorig jaar denken onze bedrijven eerder meer omzet te realiseren door nieuwe klanten te vinden in bestaande exportmarkten dan dat ze nieuwe markten zullen aanboren. De respondenten die een terugval in hun uitvoer verwachten, wijten dit aan de toegenomen concurrentie, niet aan de economische omstandigheden. Wie nieuwe exportbestemmingen overweegt, kijkt daarbij – naast de buurlanden – vooral naar andere landen binnen de EU28. Het Nabije- en Midden-Oosten verliezen behoorlijk aan interesse.



Voor iets meer dan de helft van de respondenten is het vinden van een geschikte lokale partner het grootste obstakel bij het realiseren van meer omzet in het buitenland. Nochtans kan FIT u daarbij helpen! Neem contact op met ons provinciaal kantoor in uw buurt. Alle adressen vindt u op www.flanderstrade.be.



Wil u de resultaten van de EXPORTbarometer 2017 in detail lezen?
Surf naar <http://www.flandersinvestmentandtrade.com/exportbarometer>

Intussen ...

Het jonge bedrijf **Soulmade** heeft een wereldprimeur beet: het slaagde erin om een virtualrealityproductie – een virtuele ervaring in de ruimte – te realiseren met een beeldresolutie van maar liefst 16K. De Mechelse technologiesterter werkte hiervoor samen met de Belgische afdeling van Nokia Bell Labs, de onderzoeksdienst van Nokia.

Het matrastextiel Skin+ van **BekaertDeslee** uit Waregem en **Devan Chemicals** uit Ronse werd tijdens het vakevent BedShow bekroond met de Bed Industry Award. Het textiel bevat probiotica die de huid een opkikker geven. Aan de basis daarvan ligt biotechnologie die werd ontwikkeld en gecertificeerd door de Gentse universiteitsspinn-off **ProDigest**.

Op de Asia Fruit Awards in Hongkong is de **Belgische Fruitveiling (BFV)** bekroond voor zijn jarenlange inspanningen om de Aziatische consument te laten kennismaken met de Belgische conferencepeer. Vooral het openbreken van de Indiase en Chinese markten, waarvoor de BFV het voorbije decennium verschillende campagnes voerde, sprong de jury in het oog. De prijzen worden uitgereikt in de marge van de vakbeurs Asia Fruit Logistica.

Het Nederlandse pretpark De Efteling nam **World of Waw** in de arm om het wachten bij een van haar attracties minder saai te maken. De gameontwikkelaar uit Sint-Niklaas dokterde hiervoor een nagelnieuw augmented reality game uit. Die ontwikkeling ervan had een doorlooptijd van anderhalf jaar, omdat elke fase grondig werd getest met gezinnen. World of Waw ontwikkelde eerder al vergelijkbare games voor onder meer JBC, Lunch Garden en Samsung.

Voor de derde keer op vijf jaar tijd wist **Childhome** uit Kontich de internationale expertenjury van de Kind & Jugend Innovation Award te overtuigen met een innovatief product. Dit keer sleepte de Childhood Evolu ONE80° de prijs in de wacht: dankzij het ingenieuze draaimechanisme van die kinderstoel kan het kind in en uit de stoel worden getild zonder de stoel zelf te verplaatsen.

De studierichting Digital Arts and Entertainment (DAE) aan de Kortrijkse hogeschool **Howest** is de beste opleiding wereldwijd voor het ontwerpen en ontwikkelen van games. Dat viel in de jaarlijkse internationale competities van The Rookies uit de bus. De ranglijst is gebaseerd op de portfolio's die studenten indienen bij de toonaangevende organisatie. Howest steekt onder meer opleidingen uit de VS, Zweden en Singapore de loef af. Vorig jaar sloot de hogeschool nog de top vijf af.

500.000

Manual.to is een van de tien geselecteerden voor het prestigieuze acceleratorprogramma van Microsoft. De start-up ontwikkelde een softwaretoepassing om meertalige producthandleidingen – vandaag nog vaak op papier – online beschikbaar te stellen. Vier maanden lang zullen de Gentenaars vanuit het Londense Microsoft-kantoor verderwerken aan hun product. Naast gratis advies krijgen ze 500.000 dollar aan cloudtegoed en software van de technologiegigant. Die noemt zijn acceleratorprogramma een springplank naar een wereldwijd publiek.

A high-angle, slightly blurred photograph of a woman in a vibrant blue and black striped flamenco dress dancing on a light-colored tiled floor. Her arms are raised, and her head is tilted down, capturing a moment of movement. The background is a grid of light-colored tiles.

Spanje

Groeimotor draait weer op volle toeren


Dat de financiële crisis het voorbije decennium zwaar heeft huisgehouden in Spanje zal niemand ontkennen. Maar anno 2017 liggen de kaarten anders. “Zo behoort de Spaanse economie opnieuw tot de sterkste groeiers in de eurozone”, vertelt Tom Vermeulen, Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) in de Spaanse hoofdstad Madrid. Op politiek vlak komt het land minder positief in het nieuws. “Net zoals bij het referendum over de brexit, doet het recente onafhankelijkheidsreferendum in Catalonië bedrijven twifelen over de toekomst”, zegt Ingrid De Grande, onze VLEV in Barcelona. “Dat is begrijpelijk. Maar Spanje is en blijft een stabiele en groeiende markt met exportpotentieel voor Vlaamse ondernemingen.”

Ingrid De Grande en Tom Vermeulen staan klaar met raad en daad voor Vlaamse bedrijven die de Spaanse markt willen veroveren. Beiden zien Spanje als een trouwe handelspartner die de jongste jaren sterk inzet op internationalisering. Een tendens die ook interessante deuren opent voor Vlaamse spelers.

Goede papieren

De financiële crisis deelde extra zware klappen uit in Spanje, doordat ook de vastgoedbubbel er uiteenspatte. Hoe staat het land er nu voor?

Ingrid De Grande: "Tegenwoordig kan de Spaanse economie opnieuw goede cijfers voorleggen. In 2016 sloot Spanje het jaar bijvoorbeeld voor de tweede keer op rij af met een stijging van het bbp met meer dan 3%. Dat de Spaanse gezinnen hun koopkracht gestaag terugwinnen, zit daar voor veel tussen. In het voorbije anderhalf jaar ging die met ruim 3% omhoog. Verschillende factoren speelden daarbij een rol: de werkloosheid daalde, de belastingdruk nam af en ook de inflatie ging omlaag. Dat gaf de Spanjaarden weer meer financiële ademruimte.



Wie in zonwering-, ventilatie- of outdoorproducten actief is, komt vroeg of laat in Spanje terecht. Zo ook Renson uit Waregem, dat er sinds 2002 zijn producten aan de man brengt. Area salesmanager Bart Derudder vertegenwoordigt sinds 2007 de West-Vlaamse producent op het Iberische schiereiland. Hij vertelt hoe het bedrijf de Spaanse huizen crisis trotseerde, maar er sterker dan tevoren uitkwam:

“Ondanks de vastgoedcrisis nooit gedacht aan stoppen”

“In 2007 beleefde de bloeiende Spaanse huizenmarkt een laatste gouden jaar: elk jaar kwamen er maar liefst 700.000 nieuwe woningen bij. De financieel-economische crisis van 2008 deed dat aantal terugvallen naar minder dan 100.000 woningen. Als een kaartenhuisje stortte de markt ineen. Toch dachten we nooit aan stoppen. Onze filosofie was eenvoudig en duidelijk: een crisis duurt niet eeuwig, maar de Spaanse zon zal altijd blijven schijnen.

Vandaag boeken we hier opnieuw mooie cijfers. We kunnen onze marktpositie handhaven dankzij innovatie, lokale verankering en maatwerk. De vastgoedcrisis is voorbij, al komen de tijden van voor 2008 niet snel meer terug. Maar Vlaamse bouwbedrijven die hier, net als wij, een niche vinden, kunnen in Spanje anno 2017 een mooie business uitbouwen.”

\\ Spaanse gezinnen winnen hun koopkracht gestaag terug \\

– Ingrid De Grande

Verder staat de Spaanse financiële sector nu steviger in zijn schoenen. Zo gingen een aantal banken en ‘cajas’ – de traditionele Spaanse spaarbanken – op in grotere bankengroepen. Bovendien kunnen de Spanjaarden opnieuw vlotter kredieten afsluiten en tekent ook het aantal bedrijfsinvesteringen een merkbaar herstel op.”

Tom Vermeulen: “Toch staat het land nog voor een aantal belangrijke uitdagingen als het zijn groeispurt wil aanhouden. De werkloos-

heidsgraad daalt inderdaad spectaculair, maar blijft aanzienlijk. Bovendien liep de Spaanse overheidsschuld de voorbije tien jaar hoog op: van om en bij de 60% van het bbp in 2006 tot ongeveer 100% vorig jaar. Daarnaast zorgt de politieke onzekerheid in Catalonië voor onrust. Zowat elk Catalaans bedrijf denkt na over de optie om te verhuizen. En sommige spelers brachten hun hoofdzetel al onder in een andere Spaanse regio. Zo blijven ze, in het geval van een onafhankelijk Catalonië, binnen de EU opereren.

Op economisch vlak zijn de prognoses in elk geval geruststellend. Want Spanje slaagde erin zijn economische weefsel te versterken: na de crisis stuwde de binnenlandse vraag ineem, waardoor veel bedrijven met hun producten en diensten over de landsgrenzen trokken. Op korte tijd maakte het Spaanse bedrijfswezen zo een verregaande internationalisering door.

Naast Zuid-Amerika kregen Spaanse spelers ook in Europa en Noord-Afrika steeds meer voet aan de grond. Ook in Vlaanderen. Zo besliste De Lijn onlangs 146 tramstellen aan te kopen van een Spaanse leverancier: goed voor een contract van 300 miljoen euro. In een volgende fase zullen daar ook Vlaamse onderaannemers bij betrokken worden.”

\\ De recente internationalisering van de Spaanse economie heeft de competitiviteit van het land een boost gegeven \\

– Tom Vermeulen

De Vlaamse bioscoopketen Kinopolis is aanwezig in 7 landen, en is daarmee zowat de Juliette Binoche van de Europese cinema-sector: al decennialang een gevestigde waarde, maar immer op zoek naar nieuwe uitdagingen. Dave Quick, Country Manager Operations bij Kinépolis España, doet de verovering van Spanje uit de doeken.

“De crisis was pijnlijk, maar ook een katalysator tot innovatie”

“Onze eerste stap op de Spaanse markt was nogal ambitieus: in 1998 bouwden we in Madrid het grootste cinemacomplex ter wereld. Toch was dit geen sprong in het duister, want Spanje was op dat moment een echte groeiemarkt voor bioscopen. Vandaag doen we nog veel meer aan marktstudie dan toen: Spanje is ‘overscreend’, het aantal filmdoeken per inwoner overstijgt ruim het Europese gemiddelde. Daarom

investeren we tegenwoordig meer in de strategische overname van bioscopen dan in nieuwbouw.

Kinopolis bloedde mee tijdens de crisis: dalende bezoekerscijfers dwongen ons om out-of-the-box te denken. Enkel met een drastische ingreep konden we de werkzekerheid garanderen. Elke medewerker kreeg een maand lang opleiding om op

verschillende afdelingen te kunnen meedraaien. Hosts, shop- en kassamedewerkers: allemaal groeiden ze uit tot flexibele, polyvalente bioscoopkrachten. Zo konden we alle vaste arbeidscontracten behouden, en kregen de collegialiteit en motivatie van ons personeel een flinke boost. Dit onvoorziene model was zo’n succes dat we het exporteerden naar Kinépolis-vestigingen in België en Nederland!”

Trouwe handelspartner met toekomst

Spanje is de op zeven na grootste handelspartner van Vlaanderen. Zijn er nog nieuwe opportuniteiten te sprokkelen?

Ingrid De Grande: "Traditioneel liggen er in de bouw- en voedingsindustrie kansen voor Vlaamse ondernemingen. Die markten vertegenwoordigen een pak meer dan de 47 miljoen Spanjaarden. Jaarlijks zakken zo'n 70 miljoen toeristen af naar Spanje en consumeren er naar hartenlust. Om nog maar te zwijgen over de honderdduizenden buitenlanders die quasi permanent in Spanje wonen, werken en bouwen. Vaker dan de Spanjaarden zijn zij bovendien bereid een meerprijs te betalen voor de kwaliteit waar Vlaamse producten voor staan. Ook biologische voeding – een sector die bol staat van de Vlaamse pioniers – is een markt met toekomstpotentieel: de trend komt in Spanje nog maar net op gang. Idem dito voor 'free-from'-voedingsproducten zoals gluten-, allergenen- en lactosevrije etenswaren.

Verder mag je de vraag naar hoogtechnologische innovaties niet onderschatten. Vooral dan in sectoren zoals informatica, elektronica, farmaceutica en biotechnologie. Zo steeg de Spaanse invoer van dat soort producten in de tweede helft van 2016 met 4% in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder. Ook voor ICT-toepassingen in de gezondheidszorg en oplossingen voor smart cities, smart logistics en fintech speurt het land de buitenlandse markten af voor leveranciers met expertise en innovatieve slagkracht. Een kolfje naar de hand van menig Vlaams bedrijf, als je het mij vraagt."

Tom Vermeulen: "Dat Spaanse bedrijven de jongste jaren sterk internationaliseerden, is ook een kans die Vlaamse spelers niet mogen laten schieten. Er bestaan al tal van succesvolle samenwerkingen tussen beide partijen, zowel op de Spaanse markt als ver daarbuiten. Met name de nauwe banden tussen Spanje en Latijns-Amerika openen zo interessante

deuren. Maar ook in Azië en andere wereldmarkten bieden Vlaams-Spaanse partnerships potentieel.

**\\ De Spaanse markt is veel groter dan alleen de 47 miljoen Spanjaarden **

– Ingrid De Grande

Denk bijvoorbeeld aan de samenwerking tussen Telvent, een IT-bedrijf uit Madrid, en FLIR, dat videobeeldverwerkingsoplossingen ontwikkelt. Toen Telvent de leiding had over een grootschalig smart city-project in Mumbai, sprong het West-Vlaamse bedrijf mee op de kar. Zo mocht FLIR onder andere intelligente camera's installeren in de Indiase metropool: over een vruchtbare werking

Hoe polyvalent onze economie vandaag ook is, chocolade blijft een van dé producten waar we wereldwijd voor bekendstaan. En dat weet pralinepionier Neuhaus uit Sint-Pieters-Leeuw als geen ander. Al elf jaar wint International Area Salesmanager Anabel Leirman chocoladen hartjes in Spanje. En die inspanningen werpen hun vruchten af.

“Investeren om fans te creëren”

"Neuhaus is al twintig jaar actief in Spanje. We zochten er naar een solide partner die ons kwaliteitsmerk kon promoten, en vonden die in 'El Corte Inglés', een Spaanse warenhuisketen met vestigingen over heel het land. Sindsdien is die samenwerking er enkel op vooruitgegaan: vandaag vind je ons in 75 'El Club del Gourmet'-afdelingen, waaronder één met een mini-Neuhaus Boutique in Madrid.

We blijven groei nastreven, maar zijn blij met deze ene partner. Voorlopig zijn we niet geïnteresseerd in een breder netwerk van kleinere verkooppunten.

Maar Spanje is Vlaanderen niet. Ondanks een sterke gourmet- en delicatessentraditie was het concept pralines hier weinig gekend en de kennis van kwaliteitschocolade eerder

laag. We hebben veel geïnvesteerd in consumenteneducatie om langzaam maar zeker een Neuhaus-fanbase uit te bouwen. En het verhaal sloeg aan: ons imago als uitvinder van de praline, ons oer-Belgische merk en onze doorgedreven innovatie werkten inspirerend op Juan met de pet. Vandaag gaan onze pralines vlot als exclusief geschenk over de Spaanse toonbanken."

gesproken! Een recenter voorbeeld is de bouw van het Panama-kanaal onder leiding van Sacyr, een constructiebedrijf uit Madrid. Dat nam Jan De Nul in de arm als onderaannemer voor de baggerwerken.

\\ Vlaamse spelers kunnen meesurfen op de internationaliseringsgolf van Spaanse bedrijven \\

– Tom Vermeulen

Kortom, verder kijken dan alleen de Spaanse markt is de boodschap. Vooral in sectoren zoals infrastructuur en groene energie telt Spanje verschillende spelers van wereldniveau waar je internationale samenwerkingen mee kan opzetten.”



¿Habla español?

Zijn er ook hindernissen in de Spaanse markt?

Tom Vermeulen: "Taal blijft een heikel punt. Wat de kennis van een tweede taal betreft, bengelt Spanje onderaan het Europese klassement. Al is er wel verbetering op til dankzij de recente internationalisering van de economie, verschillende uitwisselingsprogramma's voor studenten en tweetalig onderwijs Spaans-Engels vanaf het eerste leerjaar.

Toch hebben Spanjaarden nog steeds koudwatervrees om zich in een andere taal uit te drukken. Stel je e-mails dus zeker op in het Spaans en volg ze telefonisch op. Zorg er ook voor dat je altijd een korte voorstelling van je bedrijf in het Spaans op zak hebt. Verder kan het nooit kwaad om je kennis van de taal bij te spijkeren. Het is per slot van rekening een wereldtaal die ook in tal van andere landen commercieel interessant is."

welvarende regio's. Nadien kunnen andere gebieden zoals Andalusië, Extremadura of de Canarische eilanden aan de beurt komen."

Tom Vermeulen: "Daarnaast merk je in alle Spaanse steden en regio's ook duidelijker de verschillen in koopkracht tussen de hogere middenklasse en de arbeidersklasse dan in Vlaanderen. Dat is zeker iets om rekening mee te houden bij het bepalen van je commerciële strategie."

**\\ Spanjaarden hebben nog steeds koudwatervrees om zich in een andere taal uit te drukken **

– Tom Vermeulen

Spanje is een van de grootste landen van Europa. Welke impact heeft dat op de exportstrategie?

Ingrid De Grande: "De Spaanse markt verover je niet in een keer met een algemene aanpak. Beter is om je eerst op Madrid, Catalonië en het Baskenland te concentreren, dat zijn de meest

**\\ De Spaanse markt verover je niet in één keer, concentreer je eerst op Madrid en Catalonië **

– Ingrid De Grande

Pur Natur uit Kruishoutem deed in 2002 zijn intrede in Spanje en pionierde er met bioyoghurt. Zowel FIT als de Kamer van Koophandel van België en Luxemburg hielpen het Oost-Vlaamse voedingsbedrijf toen op het juiste spoor. Naast directeur voor de Spaanse markt bij de Oost-Vlaamse zuivelproducent is Yves Verhamme vandaag ook voorzitter van deze Kamer in Madrid.

“Praktische begeleiding ter plaatse als heel waardevol ervaren”

“Met 40 miljoen inwoners en evenveel toeristen op jaarbasis is Spanje een gigantische yoghurtmarkt”, steekt Yves Verhamme van wal. Toch ging de start van Pur Natur in de Spaanse markt allesbehalve over rozen. “Zeker qua logistiek is het geen sinecure om er je product te introduceren. Bovendien was bio er anno 2002 verre van ingeburgerd. Meer nog: een biolabel was onbestaand, Spanje volgde de spelregels van de EU nog niet op dat vlak. Samen met de Kamer van Koophandel en FIT hebben we er toen voor geijverd dat enkel producten met louter biologische ingrediënten het biolabel mochten dragen.”

Groeiend bewustzijn rond gezonde voeding in Zuid-Europa

Al die inspanningen werpen intussen volop vruchten af: Pur Natur is marktleider in zijn niche. Naast het koelrayon van verschillende warenhuisketens is de bioyoghurt van Pur Natur vandaag sterk vertegenwoordigd in het out-of-homekanaal, zoals hotels, koffiehuisen en cateringbedrijven. Yves Verhamme: “In de loop der jaren bouwden we een fijn-

mazig verkoopnetwerk uit. De zwaartepunten liggen aan de kusten, op de eilanden en in grote steden als Madrid, Barcelona, Bilbao en Valencia. Onze producten zijn de duurste op de markt, dus focussen we vooral op toeristische hotspots en regio’s waar de koopkracht bovengemiddeld is.”

De toekomst ziet Yves Verhamme rooskleurig in: “De koopkracht zit in stijgende lijn en Vlaamse voedingsproducten staan heel hoog aangeschreven. Toch mogen we niet op onze lauweren rusten, want de concurrentie van biozuivel is de voorbije jaren sterk toegenomen. Zowel lokale producenten als de grote multinationals springen op de kar. Allemaal willen ze een graantje meepikken van het groeiende bewustzijn rond gezonde voeding in Zuid-Europa.”

Van juridische ondersteuning tot een netwerk ter plaatse

Voor Vlaamse voedingsexporteurs liggen dus nog veel kansen in de Spaanse markt. “En zowel FIT als de Belgisch-Luxemburgse Kamer

van Koophandel kunnen daarbij helpen”, benadrukt Yves Verhamme. “Zo bieden we vanuit de Kamer juridische begeleiding aan bedrijven die willen starten met een lokale vertegenwoordiging. Ook belangrijk: we loodsen hen door de Spaanse administratie, die vandaag nog altijd een vrij logge machine is. Daarnaast organiseren we rondetafels over exportgerelateerde topics en brengen we Vlaamse ondernemers en interessante lokale partners met elkaar in contact tijdens netwerkevenementen. De Kamer werkt in nauwe samenwerking met FIT, onze diensten vullen elkaar perfect aan.”

“Het is dankzij die complementaire diensten dat wij indertijd de markt grondig hebben kunnen analyseren”, besluit hij. “En dat we in contact gekomen zijn met distributeurs en andere interessante partners. Die praktische begeleiding ter plaatse heb ik toen als heel waardevol ervaren. Onder meer daarom heb ik een tweetal jaar geleden beslist om zelf mijn schouders te zetten onder het voorzitterschap van de Kamer in Madrid.”

Stipt, productief, innovatief

In welke mate verschilt de Spaanse zakenwereld van de Vlaamse?

Ingrid De Grande: “Vooral in het noordoosten van Spanje sluit de businessmentaliteit nauw aan bij de Vlaamse: stipt, productief, innovatief. Zakendoen in het zuiden van het land verloopt in een informelere sfeer. Maar de planning en tijdsindeling stemmen er alsmear meer overeen met de rest van Europa. Sièsta’s zijn al lang geen schering en inslag meer.”

Tom Vermeulen: “Spaanse zakenlui moeten nog te vaak opboksen tegen hardnekkige vooroor-

delen. Dat Spanjaarden warme, open en sociale personen zijn, neemt niet weg dat ze zich als serieuze en gedreven zakenpartners opstellen. Spanje was decennialang geïsoleerd van de rest van West-Europa, en onbewust speelt dat nog mee in het hoofd van de Spanjaarden. Anderzijds hebben Noord-Europeanen soms de neiging om zich superieur op te stellen, al dan niet bewust. Maar de Spaanse zakenman of -vrouw onderschatten, is de bal mislaan. Ook op internationaal vlak breken steeds meer Spaanse bedrijven opnieuw grote potten. En als ze het slim spelen, kunnen Vlaamse bedrijven meesurfen op die golf.”

Zakelijk succes in Spanje: 5 tips

Hoe dichtbij Spanje ook is, zakendoen gebeurt er net iets anders dan in Vlaanderen. Onze vertegenwoordigers in Barcelona en Madrid – Ingrid De Grande en Tom Vermeulen – bundelen hun praktijkkennis over de Spaanse zakenwereld in vijf do's.

1

MAAK TIJD VOOR PERSOONLIJKE ONTMOETINGEN

"In de Spaanse zakenwereld gaat het er recht voor z'n raap, maar tegelijk ook hartelijk aan toe. Spanjaarden hechten dan ook veel belang aan persoonlijk contact met potentiële klanten en businesspartners. Wie de juiste zakenrelaties heeft, ziet al snel deuren opengaan. Een woordje Spaans spreken blijft daarbij ook anno 2017 een troef."

2

LEER EEN MONDJE SPAANS

"Spreek je Spaans, dan sta je veel sterker in je schoenen tijdens onderhandelingen. Je beschikt ook over een pak meer informatiebronnen die je kunnen helpen bij het bepalen van je commerciële strategie in Spanje én ver daarbuiten. Spaans is en blijft immers een wereldtaal, die nog steeds aan belang blijft winnen."

3

ZET JE SCHRAP VOOR LANGE BETALINGSTERMIJNEN

"Lange betalingstermijnen zijn schering en inslag in de Spaanse markt: iets wat je beter goed incalculeert in je exportstrategie. Ook de kredietwaardigheid van prospects en potentiële partners nagaan, valt aan te raden."

4

OEFEN GEDULD UIT

"Spanjaarden zijn joviaal en vriendelijk, maar ook heel trots. Leg dus geduld aan de dag en neem tijdens discussies – over lange betalingsstermijnen bijvoorbeeld – geen afstandelijke of superieure houding aan. Ga je voor de directe confrontatie, dan sla je de bal onvermijdelijk mis."

5

LAAT EEN MONDELINGE 'JA' SCHRIFTELIJK BEVESTIGEN

"In Spanje is het gebruikelijk om je positief en optimistisch uit te drukken over zakelijke beslissingen, opportuniteiten enzovoort. Het gevolg? Spanjaarden schuwen het woord 'neen'. Dus krijg je een positief antwoord, ga dan niet meteen uit van zakelijk succes. Een bevestiging op mail laten zetten, is essentieel."



OP DE AGENDA:

/ Product Sample Booth 'Mobile World Congress - Barcelona'

Van 26 februari tot 1 maart 2018 vindt in Barcelona het Mobile World Congress plaats: dé vakbeurs voor mobile-telecommunicatiespelers wereldwijd. Ook FIT tekent er, samen met AWEX en Brussels Invest & Export, present.

Prijzen:

Formule 'Onthaalstand' – gratis;
Formule 'Product Sample Booth' –
€ 3.000 voor kmo's, € 6.000 voor grotere
bedrijven.

De plaatsen zijn beperkt, dus snel
inschrijven is de boodschap. Dat kan op
www.flanderstrade.be.

/ Groepszakenreis 'Multisectoraal – Spanje'

Van 6 tot 9 maart 2018 organiseert FIT een
groepszakenreis naar de Spaanse hoofd-
stad Madrid en Bilbao, de grootste stad in
het Baskenland. U krijgt er onder meer
een afsprakenprogramma en netwerk-
momenten op maat van uw bedrijf.

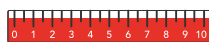
De inschrijvingen zijn nog niet opge-
start. Maar meld alvast uw interesse via
marnix.bierlin@fitagency.be.

/ Groepszakenreis naar Barcelona met focus op de Europese klimaatinitiatieven

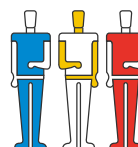
Van 1 tot 30 april 2018 (data onder voor-
behoud) organiseren FIT en ACCIÓ, het
Catalaanse ondernemersagentschap, een
zakenreis naar Barcelona. U ontdekt er
onder andere de zakelijke opportuniteiten
die de klimaatprojecten van de EU met
zich meebrengen.

Inschrijven is nog niet mogelijk, maar
u kan alvast uw interesse melden via
arnout.geys@fitagency.be.

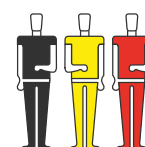
FACTSHEET SPANJE



OPPERVLAKTE
505.973 KM²
(inclusief Balearen, Canarische eilanden en de enclaves Ceuta en Melilla)



AANTAL INWONERS
47,129 MILJOEN (2016)



AANTAL BELGEN
ingeschreven in
Madrid: 4.709 (maart 2017)
Barcelona: 7.098 (maart 2017)



OFFICIËLE TAAL
SPAANS



MUNTEENHEID
EURO



De Spaanse export laat momenteel een van de sterkste groeicijfers optekenen binnen de eurozone.



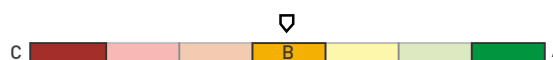
Ease of doing business index



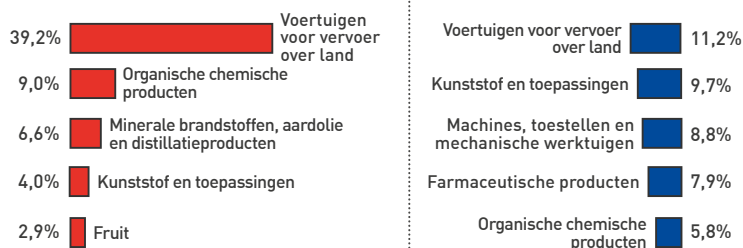
Politiek risico



Commercieel risico (van A tot C)



Vlaamse export naar Spanje: € 7,6 miljard (2016)



Vlaamse import uit Spanje: € 7 miljard (2016)

MEER WETEN OVER ZAKENDOEN IN SPANJE?

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.



Vlaamse export steekt 17 tandjes bij

FIT bezegelt structureel samenwerkingsakkoord met partnerorganisaties

Op 3 oktober 2017 sloot FIT structurele samenwerkingsovereenkomsten met 17 ondernemersorganisaties en clusters om samen de Vlaamse export een extra duw in de rug te geven. De ondertekeningsceremonie kreeg een officiële omkadering in het Errerahuis in Brussel in aanwezigheid van Claire Tillekaerts, gedelegeerd bestuurder van FIT, en Vlaams minister-president Geert Bourgeois.



Meer dan de som der delen

FIT en 17 ondernemingsorganisaties en clusters slaan de handen in elkaar om samen de internationaliseringsplannen van Vlaamse bedrijven nog beter en gestroomlijnder te ondersteunen. Dit zullen ze doen door nog meer informatie uit te wisselen, gezamenlijke acties op te zetten, samen seminars en buitenlandse missies te organiseren en contacten en netwerken te delen.

Na een half jaar van stevig maar vruchtbaar onderhandelen bereikte FIT met elk van de 17 partners een structurele overeenkomst. Via wederzijdse engagementen, afspraken en acties trekken ze nu aan hetzelfde zeel om de exportstrategieën van de Vlaamse bedrijven te ondersteunen. Daarnaast hebben de vernieuwde partnerships ook als doel om meer buitenlandse investeringen naar Vlaanderen te halen. De samenwerking zit ingebed in 'Vlaanderen versnelt!', de internationaliseringsstrategie van de Vlaamse regering.

In goed gezelschap

De 17 partners waarmee FIT nauwer zal samenwerken zijn niet de minste. Elke koepelorganisatie, Kamer van Koophandel of cluster speelt in zijn niche een sleutelrol voor alle bedrijven. Ze beschikken over toegespitste informatie, knowhow en netwerken die een perfecte aanvulling vormen op die van FIT. Complementariteit, overleg en samenwerking zijn daarom de belangrijkste aandachtspunten in de 17 samenwerkingsovereenkomsten.

Dit zijn de 17 bevoorrechte partners van FIT voor de periode 2017-2021:

FLANDERS INVESTMENT & TRADE 'S STRUCTURELE PARTNERS VOOR DE INTERNATIONALISERING VAN DE VLAAMSE ECONOMIE



Sterker imago

"De onderhandelingen waren stevig, maar de gesprekken verliepen in een positieve en ambitieuze sfeer. Iedereen zit op dezelfde golflengte", vertelt Claire Tillekaerts, gedelegeerd bestuurder van FIT. "Deze samenwerking is dan ook van groot belang. Hiermee kunnen we het imago van Vlaanderen versterken en onze economie nog slagvaardiger maken." Daar is Vlaams minister-president Geert Bourgeois het helemaal mee eens. "Vlaanderen wil zo veel mogelijk bedrijven helpen bij hun internationaliseringsplannen. Dat vraagt om een brede mobilisering van het economische middenveld. Samen met FIT zullen deze 17 partners alvast

op middellange termijn samenwerken om onze state-of-the-artsectoren en -bedrijven internationaal hun weg te laten vinden."

Samen China ontdekken

Een eerste mooi voorbeeld van de intense samenwerking is China4Explorers, een begeleidingstraject in verschillende fases georganiseerd door FIT en UNIZO. Beide organisaties steken de koppen bij elkaar om geïnteresseerde kmo's een zo compleet mogelijk palet aan te bieden van kennis en tips rond exporteren naar China. De aftrap van China4Explorers wordt gegeven in Gent op dinsdag 28 november en bestaat onder meer uit een complete infosessie, een inspire-

rend panelgesprek en een netwerkreceptie. Wie erbij wil zijn, schrijft zich maar beter zo snel mogelijk in: www.flanderstrade.be/export/china-4-explorers/

VRAGEN OVER DEZE PARTNERSHIPS?

Bezoek de partnerpagina op onze website www.flanderstrade.be/nl/partners of check #FITpartners op Twitter.

Ontwikkel en commercialiseer uw innovaties samen met de Vlaamse overheid

Heel wat Europese bedrijven broeden op innovatieve oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen. Een overheid kan die producten en diensten helpen realiseren en commercialiseren, door expliciet naar innovatie te vragen bij overheidsopdrachten. De Europese Commissie promoot dit idee al een tiental jaar, als deel van haar groeistrategie voor de volledige EU. Ze ontwikkelde er aangepaste aanbestedingsformules voor, die steeds meer ingang vinden, ook bij de Vlaamse overheid.



Advies voor uw onderneming binnen handbereik



Toen de Europese Commissie haar innovatiestrategie voor duurzame groei uitschreef, wees ze op een groot potentieel van overheidsopdrachten. Een publieke inkoper kan er bedrijven mee de kans geven om innovatieve producten en diensten te ontwikkelen en te commercialiseren. Zo krijgen de ondernemingen groeikansen én beschikt de overheid over de juiste oplossing om haar publieke diensten snel te vernieuwen. Om innovatiegerichte overheidsopdrachten te kunnen uitschrijven, werkte de Europese Commissie twee formules uit: Pre-Commercial Procurement (PCP) en Public Procurement of Innovative solutions (PPI).

Wanneer de oplossing nog niet bestaat

Bij PCP vraagt de overheid de industrie om tegen betaling innovatieve oplossingen voor een maatschappelijke uitdaging te ontwikkelen, omdat ze vandaag nog niet beschikbaar zijn. De procedure die de publieke inkoper daarbij volgt, verloopt volledig transparant. Eerst roept hij leveranciers op om een oplossing op papier uit te werken. Vervolgens wordt nagegaan of de voorstellen aan de overheidsvereisten voldoen. Elk gekozen bedrijf mag daarna een prototype ontwikkelen, waarna een nieuwe selectie volgt. De ondernemingen die dan nog overblijven, mogen tot een eerste productie overgaan, voor de nodige tests en validatie.

Een deel van de R&D-kosten wordt betaald door de overheid, het andere deel door de bedrijven zelf. Maar de ondernemingen behouden wel de eigendomsrechten. Een PCP kan uitmonden in de aankoop van de eerste testexemplaren. Maar grotere hoeveelheden worden enkel aangekocht via een aparte inkoopprocedure.

INTELLIGENTE BRANDWEERPAKKEN

Een vaak vermeld, geslaagd Europees PCP-project (2012-2017) was de ontwikkeling en het testen van een prototype voor een intelligent brandweerpak. Dat informeert de commandant voortdurend over onder meer de omgevingsfactoren waaraan zijn manschappen worden blootgesteld, hun vitale lichaamsfuncties en hun positie. Het project werd gecoördineerd door VLAIO. Meer over dit project leest u op www.smartatfire.eu.

Als de oplossing wel al bestaat

Bij een PPI is de markt in principe wel al klaar om een innovatieve oplossing voor een maatschappelijke nood aan te bieden, maar is dit product of deze dienst nog niet breed beschikbaar.

Vaak consulteert de publieke inkoper dan eerst de markt om de haalbaarheid in te schatten. Hij kondigt aan dat hij een bepaalde oplossing tegen een bepaalde prijs zoekt en peilt naar de interesse en de mogelijkheden van de markt. In bepaalde gevallen vereisen de oplossingen die bij een PPI worden aangeboden, een validatie in de gebruiksomgeving, om zeker te zijn dat ze aan de vereisten voldoen. In dat geval spreken we ook wel van een PPIplus.

De overheid komt op deze manier niet alleen tegemoet aan haar eigen noden ter verbetering van haar werking en dienstverlening, maar kan zo ook ondernemers helpen hun innovatieve oplossingen breed te commercialiseren.

Vlaamse innovatieve bedrijven volop uitgedaagd

Vlaanderen wil met zijn enorme koopkracht ondernemers ten volle stimuleren tot innovaties die maatschappelijke uitdagingen aangaan, de publieke dienstverlening verbeteren én de

economie laten groeien. Daarvoor richtte de Vlaamse overheid vorig jaar het Programma Innovatieve Overheidsopdrachten in, dat door Veerle Lories geleid wordt.

Veerle en haar team bieden de publieke sector advies, begeleiding en cofinanciering om vernieuwende producten en diensten te laten ontwikkelen, testen en aankopen. Daarvoor beschikken ze over een budget van 5 miljoen euro per jaar, tot 2019.

Twaalf eerste projecten opgestart

In april 2017 deden Veerle Lories en haar collega's een eerste oproep aan de Vlaamse publieke sector, om bij hen aan te kloppen met een publieke nood aan een innovatieve oplossing. Die actie leidde tot maar liefst twaalf projecten. "Samen analyseren we telkens de behoefte, waarna we de markt aftoetsen en de best passende procedure – PCP of PPIplus – starten."

Zowel de uitdagingen waarop de projecten een antwoord willen bieden, als de mogelijke oplossingen zijn zeer divers. Enkele concrete projecten ontdekt u verderop. Momenteel loopt een tweede oproep binnen de Vlaamse overheid, die ongetwijfeld nog meer boeiende projecten zal opleveren.

INSPIRERENDE INNOVATIEPROJECTEN VAN DE VLAAMSE OVERHEID

De eerste oproep voor het Programma Innovatieve Overheidsopdrachten leidde tot heel wat boeiende projecten, die volop uitgerold worden. Enkele voorbeelden:

- **Vlottere verslaggeving in het Vlaams Parlement:** elk gesproken woord in het Vlaamse halfroond komt letterlijk in een verslag terecht. Om deze arbeidsintensieve taak efficiënter en accurater te laten verlopen, onderzoekt het parlement de mogelijkheden van spraaktechnologie en automatische transcriptie.
- **Intelligente mobiliteitssystemen:** momenteel werken verschillende bedrijven aan technologie om voertuigen te laten communiceren met weginfrastructuur, voor een vlottere mobiliteit. Vlaanderen zoekt naar het systeem dat het meest aangewezen is voor ons wegennet én dat zal aansluiten bij de systemen uit buurlanden.

INTERNATIONALE AMBITIES?

Wil u meedingen naar een grensoverschrijdende overheidsopdracht? Dan zet Enterprise Europe Network Vlaanderen u graag op weg, met het nodige advies en begeleiding. Maak ook zeker gebruik van hun Tender Alert Service, een eenvoudige zoekmachine waarmee u gepubliceerde opdrachten selecteert op basis van uw bedrijfsprofiel. Ontdek alles over hun service op www.enterpriseeuropenvlaanderen.be/overheidsopdrachten-in-de-eu

HEEFT U DE JUISTE INNOVATIEVE OPLOSSING IN HUIS?

Of wil u daar als bedrijf werk van maken, ondersteund door een stevige vraag vanuit de overheid? Vanaf eind dit jaar starten de eerste marktconsultaties voor de projecten van het Programma Innovatieve Overheidsopdrachten. Raadpleeg dus zeker geregeld de website ervan, om geen enkele uitnodiging te missen: www.ewi-vlaanderen.be/innovatieve-overheidsopdrachten.

Op een Contactdag krijgt u een persoonlijk en gratis consult met een deskundige die woont en werkt in uw doelmarkt. Grijp deze buitenkans om uw exportplannen te bespreken. Afspraak in de provincie van uw keuze.

Bulgarije

16 en 17 november 2017

Brussel

INSCHRIJVEN? Tot 16 november 2017 op www.flanderstrade.be

Koeweit

21 tot en met 23 november 2017

Brussel

INSCHRIJVEN? Tot 22 november 2017 op www.flanderstrade.be

Libanon

22 en 23 november 2017

Brussel

INSCHRIJVEN? Tot 22 november 2017 op www.flanderstrade.be

Indonesië, Thailand en Myanmar

22 tot en met 29 november 2017

Gent, Hasselt, Vilvoorde, Brugge en Antwerpen

INSCHRIJVEN? Tot 28 november 2017 op www.flanderstrade.be

Filipijnen

28 en 29 november 2017

Brugge en Antwerpen

INSCHRIJVEN? Tot 28 november 2017 op www.flanderstrade.be

Ierland en VK

6 tot en met 13 december 2017

Leuven, Veurne, Antwerpen, Hasselt en Gent

INSCHRIJVEN? Tot 12 december 2017 op www.flanderstrade.be

DR Congo

12 en 13 december 2017

Brugge en Antwerpen

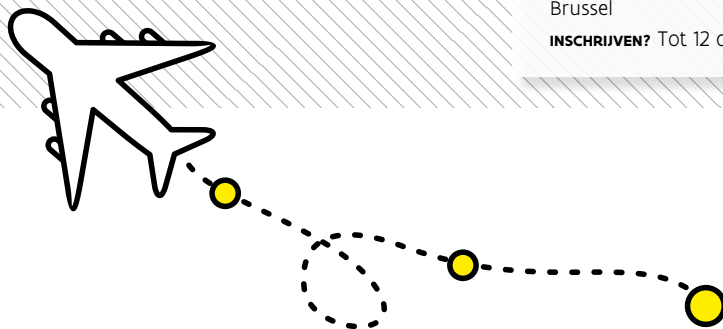
INSCHRIJVEN? Tot 12 december 2017 op www.flanderstrade.be

Kenia

12 en 13 december 2017

Brussel

INSCHRIJVEN? Tot 12 december 2017 op www.flanderstrade.be



NAB Las Vegas

9 tot en met 12 april 2018

Bedrijven actief in broadcasting wereldwijd tekenen present op NAB, de grootste vakbeurs voor deze sector en de grote broer van IBC Amsterdam. Daarnaast organiseert NAB verschillende randactiviteiten zoals seminars en workshops, waar onder meer de nieuwste snufjes worden voorgesteld. FIT organiseert er samen met Medianet Vlaanderen opnieuw een product sample booth, een laagdrempelig en voordelig alternatief voor een klassieke beursdeelname.

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 december 2017 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Jan Huysentruyt op 02 504 88 37 of jan.huysentruyt@fitagency.be

IndoBuildTech Jakarta

2 tot en met 6 mei 2018

IndoBuildTech Jakarta is de grootste bouwbeurs in Indonesië en focust vooral op de binnenlandse markt van Indonesië, een middeninkomensland met meer dan 250 miljoen inwoners en groeicijfers rond de 6 %. Tijdens de vorige editie bezochten 46.500 bezoekers de beurs en stelden 527 bedrijven hun producten tentoon, waarvan het grootste gedeelte lokalen zijn maar er waren ook talrijke deelnemers uit Australië, China, Frankrijk, Duitsland, Indië, Iran, Italië, Japan, Spanje, Turkije...

Flanders Investment & Trade organiseert opnieuw voor u zowel een 'onthaalstand' als een 'product sample booth'.

INSCHRIJVEN? Tot en met 12 januari 2018 op www.flanderstrade.be

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

Senegal en Gambia Dakar en Banjul

21 tot en met 26 januari 2018

Het is alweer 2 jaar geleden dat we met een 50-koppige delegatie naar Senegal trokken. Hoog tijd om hier een vervolg aan te breien. Dus organiseert FIT, samen met de Brusselse en Waalse Gewesten en de Brussels-Luxemburgse Kamer van Koophandel voor de ACP-landen, een groepszakenreis. We bezoeken voor het eerst Gambia, een enclave binnen Senegal.

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 november 2017 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Johan Malin op 02 504 87 58 of johan.malin@fitagency.be

BEURSDAELNAME

GROEPSZAKENREIS

**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



Een goede start buiten onze landsgrenzen begint met een grondige voorbereiding. **Flanders** Investment & Trade biedt u informatie, begeleiding en steun bij uw expansieplannen in het buitenland.

Onze recentste publicatie 'Het Exportplan - Leidraad voor Internationaal Ondernemen' toont in zeven stappen hoe u een doordacht exportplan gestalte geeft. Ontdek deze publicatie en onze brede waaier aan informatie en steunmaatregelen op

WWW.FLANDERSTRADE.BE