

# WERELDWIJS

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

129

04 \ 2020

**CHILI,  
KLAAR VOOR  
VERSIE 2.0**

**STIJLVOLLE  
OORDOPPEN VAN  
LOOP EARPLUGS  
IMPONEREN WERELDWIJD**

# EDITO

VOLG ONS OP  
WWW.EXPORTADVIES-CORONA.BE

Beste lezer,

Op dit moment van schrijven woedt het coronavirus volop wereldwijd. Iedereen voelt de gevolgen. Hoe de situatie zal zijn wanneer u dit leest, durven we niet te voorspellen. Wel kan u er van op aan dat we alle ontwikkelingen nauwgezet opvolgen en rigoreus updaten in ons dossier op [www.exportadvies-corona.be](http://www.exportadvies-corona.be).

Want dat is wat FIT doet: u optimaal informeren, ondersteunen, adviseren en inspireren. Daar mag u op rekenen. Ook zien we het als onze taak om Vlaamse exportkampioenen in de kijker te zetten. In Wereldwijs en via de Leeuw van de Export, bijvoorbeeld. Want doorgaans zijn onze Vlaamse exporteurs veel te bescheiden en werken ze ijverig voort. Hierbij dus een warme oproep om uit de luwte te treden en mee te dingen naar deze exportprijs!

We staan gelukkig niet alleen in onze missie om uw export vleugels te geven. Daarvoor kunnen we ook rekenen op tal van partners en organisaties. Als u wil zien tot welke mooie resultaten dat kan leiden, bent u van harte welkom op onze Exportbeurs van 23 tot 25 juni. We hopen u daar te mogen verwelkomen.

Tot slot schakelen we ook als organisatie een versnelling hoger op het vlak van digitalisering, innovatie en technologie. Verderop leest u hierover meer details. Want we kunnen onze klanten – van start-up tot mature onderneming – pas op maat bedienen als ook wij in topvorm zijn.

Claire Tillekaerts  
Gedelegeerd bestuurder  
Flanders Investment & Trade

## COLOFON

WERELDWIJS IS EEN UITGAVE VAN

### FLANDERS INVESTMENT & TRADE

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

[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
[wereldwijs@fitagency.be](mailto:wereldwijs@fitagency.be)

[www.linkedin.com/company/flandersinvestmentandtrade](https://www.linkedin.com/company/flandersinvestmentandtrade)  
[twitter.com/FlandersTrade](https://twitter.com/FlandersTrade)

04\2020 **129**

### 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

Absoluut, Getty Images en Shutterstock

### LAY-OUT EN DRUK

Vanden Broele Productions

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

### WERELDWIJS

wordt gratis verspreid onder bedrijven.

### WENST U EEN EXEMPLAAR?

Stuur een mail naar [wereldwijs@fitagency.be](mailto:wereldwijs@fitagency.be) met uw adresgegevens.



4



IN GESPREK MET LOOP EARPLUGS

ALS JE NIET GROOT  
BENT, MOET JE  
CREATIEF ZIJN ÉN  
WAT LEF HEBBEN.

# 12 DOSSIER

## CHILI

Klaar voor versie 2.0

8 TELEX

10 MARKTINFO

20 VLAANDEREN VERSNELT

23 EXPORTONDERSTEUNING

24 EXPORTBEURS 2020

26 LEEUW VAN DE EXPORT

29 MVIO

32 GHENT AFRICA PLATFORM

34 EHBIO

Eerste Hulp bij Internationaal Ondernemen

36 ENTERPRISE EUROPE NETWORK

38 KALENDER

INHOUD



## ID

Loop Earplugs in cijfers (2019)

Sector: gehoorbescherming

Opgericht in: 2016

Hoofdkantoor in: Antwerpen

Aantal medewerkers: 4

Omzet 2019: ± 950.000 euro,  
waarvan 90% uit export

Winkelpunten in: 8 landen

Verkocht in: min. 90 landen



# LOOP EARPLUGS

## IMPONEERT INTERNATIONAAL MET STIJLVOLLE OORDOPJES

WIE DEZE ZOMER NAAR DE FESTIVALWEIDES TREKT, HERKENT DE LOOP EARPLUGS ONGETWIJFELD. MET HUN UNIEKE DESIGN ZIJN ZE NIET ALLEEN EEN STRELING VOOR HET OOG, ZE ZORGEN ER BOVENDIEN VOOR DAT U UW KOSTBARE GEHOOR BESCHERMT. DE OORDOPJES VAN HET ANTWERPSE DUO **DIMITRI O** EN **MAARTEN BODEWES** SCOREN BIJZONDER GOED IN VLAANDEREN, MAAR ZIJN OOK TOT VER BUITEN DE LANDSGRENZEN GEGEERD.

Het idee voor Loop Earplugs ontstond ruim vier jaar geleden. De twee jeugd vrienden Dimitri O en Maarten Bodewes hielden wel van feesten, maar kregen allebei last van tinnitus – een tuut in de oren. Als zoon van een gehoorspecialiste ging Dimitri O samen met zijn huidige zakenpartner **Maarten Bodewes** op zoek naar een oplossing. Ze probeerden verschillende oordoppen uit, maar geen enkele voldeed aan hun verwachtingen. “De fluodopjes die je gratis krijgt op festivals zijn oncomfortabel, vervormen het geluid en zien er bovendien lelijk uit. De op maat gemaakte oordoppen zijn dan weer heel duur”, begint Dimitri O. “Bovendien spelen in de huidige tijdsgeest veiligheid en gezondheid een alsmaar grotere rol. Mensen beseffen stilaan dat gehoorschade onomkeerbaar is. Ze willen wel investeren in effectieve gehoorbescher-

ming, maar zonder oubollig over te komen. De visie en de goesting waren er, dus we besloten om ervoor te gaan.”

### DE JUISTE HULP OP DE JUISTE PLAATS

**Een idee bedenken is een ding, maar hoe hebben jullie er een concreet plan van gemaakt?**

**Dimitri O:** “Zowel Maarten als ik beschikken over veel ondernemingszin, maar om een businessplan goed van de grond te krijgen, is alle hulp welkom. Daarom zochten en vonden we eerst steun bij Start it @KBC, een incubator die startende ondernemers ondersteunt en begeleidt. Van daaruit begon onze zoektocht naar het perfecte ontwerp voor ons product. Na tientallen prototypes lag het ultieme Loop-design eindelijk op

ALS JE NIET GROOT  
BENT, MOET JE  
CREATIEF ZIJN ÉN  
WAT LEF HEBBEN.



tafel. Niet op maat – waardoor we de prijs kunnen drukken – maar elke set bevat wel eartips in silicone en schuim en dat telkens in small, medium en large. Zo vindt iedereen altijd zijn juiste match. Voor het ingebouwde akoestische kanaal, de technologie achter Loop, schakelden we de hulp in van Dynamic Ear Company, een spin-off van de Universiteit van Delft. Samen met hen creëerden we een akoestisch kanaal dat voor een natuurlijke weerklank zorgt waardoor muziek en stemmen helder klinken, maar minder luid.”

## **VERRASSEDE MARKTINTREDES**

### **Lagen er vanaf het begin ook internationale plannen op tafel?**

**Dimitri O:** “De stap naar het buitenland was eigenlijk meteen gemaakt door vanaf het begin in te zetten op e-commerce. Voor we het goed en wel beseften, hadden we klanten in de VS, Australië en Canada. En via sociale media ligt de wereld tegenwoordig binnen handbereik. Scoren onze Facebook-campagnes ergens goed en krijgen we er veel respons? Dan onderzoeken we de stap naar de lokale retailmarkt. Onze sociale media zijn een uitstekende vinger aan de pols. Soms hebben we het ook zelf niet in de hand. Zo kregen we tijdens de CES-technologiebeurs in Las Vegas twee Argentijnse vloggers over de vloer die spontaan een lovende video-recensie over Loop publiceerden. De beste reclame denkbaar, en we zagen meteen de trafik naar onze website serieus stijgen.”

“IN 90 LANDEN  
VERKOCHTEN  
WE AL MINSTENS  
ÉÉN LOOP-SET.

### **Wat zijn jullie belangrijkste exportmarkten?**



**Dimitri O:** “We zien typisch de grote westerse consumentenmarkten zoals de VS, Duitsland en het VK ook bij ons bovenaan staan, en sinds CES 2019 hebben we ook distributeurs en partners in Japan, Zuid-Korea en Thailand. De komende maanden lanceren we evenzeer in Canada, Australië en Frankrijk en daarna staan Scandinavië en Latijns-Amerika op de planning. Leuk weetje waar we best trots op zijn: we verkochten tot nu toe al minstens één Loop-setje in 90 verschillende landen.”

### **Hoe boren jullie nieuwe markten aan?**

**Dimitri O:** “Ons businessmodel is gestoeld op schaalbaarheid. Daardoor werken we in de meeste landen met distributeurs. Zij kennen hun regio door en door en geven ons aan waar nog opportuniteiten liggen. Elke markt vraagt een andere aanpak. Zo doen de rode oordoppen het opmerkelijk beter in Oost-Aziatische landen. We blijven dus experimenteren met onder meer packaging, displays en onze manier van communiceren.”

### **Zijn er ook markten waar Loop moeilijker van de grond komt?**

“Het spreekt voor zich dat dezelfde mentaliteit van jezelf beschermen en een gezonde leefstijl willen, moet aanwezig zijn. Vaak gaat dat gepaard met voldoende koopkracht en een bruisende uitgaanscultuur. Daarnaast gelden ook andere randvoorwaarden. Zo is Latijns-Amerika moeilijker werkterrein door de hoge importtaksen, maar momenteel hebben we nog nergens de handdoek in de ring gegooid.”



MENSEN BESEFFEN STILAAAN  
DAT GEHOORSCHADE  
ONOMKEERBAAR IS. ZE  
WILLEN WEL INVESTEREN  
IN EFFECTIEVE GEHOOR-  
BESCHERMING, MAAR ZONDER  
OUBOLLIG OVER TE KOMEN.

## DE FESTIVALWEIDE VOORBIJ

### Spreken jullie overal ter wereld dezelfde doelgroep aan?

**Dimitri O:** "Ons product is ontstaan uit een specifieke behoefte voor een nichedoelgroep: mensen die hun oren – kwalitatief én stijlvol – willen beschermen tijdens concerten, festivals en party's. Ook in het buitenland spreken we diezelfde niche aan. Toch merken we dat onze oordoppen ondertussen een veel bredere toepassing kregen. Zo vertelde een moeder ons onlangs dat haar kind met autisme de Loop Earplugs in de klas draagt en zich zo beter kan concentreren. Daarnaast dragen onze klanten ze onder meer tijdens het sporten, op de motor, tijdens het reizen of aan het werk in de horeca. Verschillende behoeftes creëren nieuwe afzetmarkten, onze groeicurve is nog groot."

## BARRIÈRES OM TE GROEIEN

### Wat waren jullie grootste struikelblokken op het vlak van export?

**Dimitri O:** "Een van de grootste uitdagingen waar we tot nu toe voor hebben gestaan, was de opschaling van onze productie. Vorig jaar haalden we een grote bestelling binnen uit de VS. Zo groot dat 3D-printing geen optie meer was, onze toenmalige productiemethode. We waren al een tijdje aan het experimenteren met spuitgieten, wat ideaal is voor grote volumes, maar we hadden nog geen knopen doorgehakt. Toen was het onze enige optie en moesten we wel snel schakelen. De overstap verliep met de nodige hiccups, onze supply chain heeft serieus gekraakt, maar het bleek de moeite waard. Dankzij die investering verkochten we in 2019 12 keer meer dan het jaar voordien."

### De Loop-oordopjes worden in Vlaanderen ontworpen en afgewerkt, maar geproduceerd in China. Hoe groot is de impact van het coronavirus?

**Dimitri O:** "Tijdens het Chinees Nieuwjaar ligt de productie sowieso zo goed als stil, dus we waren gelukkig al voorbereid op een dip. Maar dat toen ook het coronavirus uitbrak, kon niemand voorspellen. Het wordt nog spannend of we deze periode kunnen overbruggen met onze huidige stock."

## GROEIAMBITIE

### Op korte tijd groeide Loop Earplugs uit tot een volwassen bedrijf met vaste werknemers. Zijn Maarten en jij nog altijd goede vrienden?

**Dimitri O:** "Een kostbare tip die we bij Start it @KBC meekregen en mij altijd is bijgebleven: het Slicing Pie-model. Dat helpt jonge ondernemers en start-ups om makkelijker hun aandelenkapitaal te organiseren. Dus ofwel leg je je aandelenverhouding vast, ofwel hanteer je het principe van Slicing Pie, waarbij het aandeelhouderschap evolueert naargelang de inbreng van de aandeelhouders. Ontstaat een onevenwicht – wat automatisch samengaat met sommige levensfasen – dan vertaal je dat naar de aandelenverhouding. Het is een heikel punt bij vele start-ups, maar bij ons is het zelfs nooit een discussiepunt geweest."

### Zijn er bepaalde muren waar jullie als start-up tegen botsen?

**Dimitri O:** "Net zoals elke start-up – of elk bedrijf tegenwoordig – vissen we allemaal in dezelfde slinkende talentenvijver. Daar is het moeilijk opboksen tegen de grote haaien. Momenteel staan op onze website twee vacatures open die moeilijk ingevuld raken. Maar als je niet groot bent, moet je creatief zijn én wat lef hebben. Zo spreken we via LinkedIn interessante profielen aan. Die zijn niet altijd zelf geïnteresseerd, maar soms zijn ze zodanig gecharmeerd door ons product dat ze ons helpen in onze zoektocht. En met succes, want zo hebben we onze Amerikaanse business developer kunnen rekruteren. Dus nog een extra tip uit de praktijk: trek af en toe je stoute schoenen aan!"

### Tot slot, wat zijn jullie ambities op korte termijn?

**Dimitri O:** "We willen Loop verder doen groeien en extra talent aanwerven. Daarnaast liggen mooie partnerschappen op de plank met kleppers als Red Bull, Tomorrowland en Swarovski. Op het vlak van productontwikkeling blijven we zoeken naar nieuwe technologie die de gebruikerservaring nog beter maakt voor iedereen, van muzikanten over motorrijders tot festivalgangers. We hebben een uniek product waar nog veel toekomstmuziek in zit."

## KLAAR VOOR DE VOLGENDE STAP IN UW INTER- NATIONALISERINGSPROCES?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) vindt u alle adressen en contactinfo.

# TELEX

Eind 2023 zal de ruimte opnieuw wat Oost-Vlaamse technologie rijker zijn. **QINETIQ SPACE**, het Kruibeekse satellietbedrijf, is wereldtop in de niche van kleine satellieten, instrumenten voor wetenschappelijk onderzoek en ruimte-infrastructuur. Ook NASA is er al klant. Voor het Europese ruimtevaartbureau ESA zal het de Altius-satelliet bouwen die de ozonlaag en broeikasgassen in kaart brengt. QinetiQ Space doet dat niet alleen. Onder meer ook het Oudenaardse **OIP**, bekend voor zijn nachtkijkers, werkt mee aan dit project van 75 miljoen euro.

////STOP////

Milieutechnologiebedrijf **KEPPEL SEGHERS** uit Willebroek bouwt twee grote afvalenergiecentrales in de Indiase staat Gujarat, een contract goed voor 12 miljoen euro. Keppel Seghers zal de kerntechnologie leveren en de elektromechanische installaties ontwerpen. Midden 2021 moeten de centrales up en running zijn en het afval verbranden om er elektriciteit mee op te wekken. Per dag zouden ze zo'n 50.000 zakken huisvuil kunnen verwerken, het equivalent van bijna de helft van het Vlaamse huisafval. Zo verminderen ze het afvalvolume dat wordt gestort met 90%.

////STOP////

De Kortrijkse beeldvormingsgroep **BARCO** kreeg begin dit jaar een go van de Amerikaanse autoriteit FDA voor zijn huidscanner Demetra. Nu is deze digitale camera gekeurd en goedgekeurd en kan de verkoop aan Amerikaanse ziekenhuizen en dermatologen beginnen. Niet alleen bij klanten is het een regelrechte hit, Demetra won ook de gouden award voor innovatie bij de Henry van de Velde-prijzen.

////STOP////

Het is gebeurd. Voor het eerst prijkt een niet-Amerikaan in de Hall of Fame van de World Floor Covering Association (WFCA). Die uitzonderlijke onderscheiding viel de uit Oudenaarde afkomstige maar inmiddels naar de VS geëmigreerde tapijtondernemer **PIET DOSSCHE** te beurt. Na een carrière bij Beaulieu International Group richtte hij in 2001 US Floors op in de VS. In 2015 volgde een strategische liaison office in Vlaanderen. Daar leidt zijn broer Jan de zaken in goede banen. Ondertussen maakt US Floors deel uit van de Shaw Industries Groep, de nummer twee wereldwijd inzake vloerbekleding.

////STOP////

# 53

Zoveel elektrische bussen bestelde het openbaarvervoerbedrijf KVB Keulen bij **VDL BUS & COACH**, dat deel uitmaakt van de Nederlandse VDL Groep. Daarin is het Roeselaarse filiaal uitgegroeid tot de specialist in het bouwen van ecologische bussen. De 100% uitstootvrije bussen zijn een eerste stap in de elektrificatie van Keulens busvloot. Vandaag rijden 450 e-bussen van VDL in heel Europa, samen goed voor zo'n 50 miljoen kilometer.





Op ISM, 's werelds grootste zoetwarenbeurs, gooit de New Product Showcase altijd hoge ogen. Daar worden immers de meest opvallende innovaties in de sector voorgesteld. Op de laatste editie toonden 100 exposanten uit 33 landen er 178 nieuwigheden, die in de prijzen kunnen vallen. De Kortrijkse chocolatier **VANDEBULCKE** won met zijn praline 'Petit Melo®'. De onafhankelijke expertenjury roemde de verrassende combinatie van smaken en texturen.

Het Britse LGC levert wereldwijd een kwart van alle diagnostische tests, waaronder die voor het coronavirus. Nu hebben ze een deal gesloten met de Limburgse scale-up **UGENTEC**. Met zijn software kunnen grote labo's of grote diagnostispelers labotests automatiseren en digitaliseren. Tests op basis van DNA-analyse verlopen zo tot wel 30 keer sneller dan bij de manuele analyse door een laborant. Vandaag maken al een 100-tal grote laboratoria in 72 landen ervan gebruik.

////STOP////

Veel goed nieuws uit de koker van verlichtingsproducent **ORBIT LIGHTING** uit Ruisbroek. Zo openden ze verkoopkantoren in Parijs en het Nederlandse Oisterwijk. En als kers op de taart won Tublr, hun reeks armaturen met typisch asymmetrisch design, de German Design Award in Frankfurt.

////STOP////

De Hi-LED 55+, de nieuwste ledinnovatie van **ALUVISION** in Deinze, wint al meteen na lancering een wereldvermaarde prijs. De ledtegel van onze Leeuw van de Export 2015 in de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers' is de meest flexibele en creatieve ledtegel op de markt. Het levert hen de prestigieuze iF DESIGN AWARD op, dat uitmuntende designprestaties en de innovatieve kracht van ontwerpen beloont.

////STOP////

Baby- en kindermerk **CHILDHOME** uit Kontich won de Baby Innovation Award 2020 in Amsterdam. Deze prijzen worden jaarlijks in zes categorieën uitgereikt door het vakblad BabyWereld. In de categorie Furniture & Decoration nam zijn Evolux-verzorgingstafel met verstelbare hoogte goud mee naar huis. De babymeubelen van Childhome genieten een uitstekende reputatie voor hun ergonomische gebruiksvriendelijkheid en design.

////STOP////

# MARKTINFO

**GEREGELD BUNDELEN ONZE VLAAMSE ECONOMISCHE VERTEGENWOORDIGERS (VLEV'S) DE LOKALE ZAKENOPPORTUNITEITEN IN OVERZICHTELIJKE MARKTSTUDIES.**

**U KAN ZE ALLEMAAL GRATIS LEZEN EN DOWNLOADEN OP [WWW.FLANDERSTRADE.BE](http://WWW.FLANDERSTRADE.BE), ONDER DE RUBRIEK 'LANDEN' OF 'SECTOREN'. DAAR VINDT U OOK DE HANDELSVOORSTELLEN UIT DE VERSCHILLENDE EXPORTBESTEMMINGEN DIE ONS DAGELIJKS BEREIKEN.**

## **FOOD SUPPLEMENTS & HEALTH PRODUCTS IN FINLAND**

In Finland is de interesse voor voedingssupplementen en gezondheidsproducten verweven met de fitnessstrend uit het voorbije decennium.

Ook speelt het grote bewustzijn rond gezonde eetgewoonten een rol. Ontdek de belangrijkste aspecten van deze sector en de voornaamste marktspelers in Finland.

## **FOOD RETAIL DENEMARKEN 2018 - 2019**

Denemarken heeft het grootste aantal vierkante meter supermarkten en discountwinkels per inwoner in Europa. Salling Group en COOP Danmark zijn de grootste spelers. Vooral bij de discounters woedt er felle concurrentie. De afgelopen 15 jaar was er een ware discount boom.

Deze marktstudie geeft u een overzicht van het consumentenkoopgedrag, consumptie van biologische voeding en dranken, trends, accijnzen op voedingswaren en dranken enz.

## **SMART CITIES IN SWEDEN**

Zweden is een van de leidende Europese landen in de ontwikkeling van smart cities. Het algemene doel van de overgang naar slimmere stadspatrons is om de inwoners op een duurzame manier tijd te besparen, hun levenskwaliteit te verbeteren en nieuwe bedrijfsmodellen, knowhow en banen te creëren. Efficiënte stadsplanning en -ontwikkeling staan in Zweden al vele jaren centraal.

## **ENVIRONMENT AND RENEWABLE ENERGY – IRELAND**

De milieu- en hernieuwbare energiesector in Ierland zit in een steile leercurve. Wegens onvoldoende middelen om alle kennis lokaal te ontwikkelen, moet het land zich toespitsen op ervaring uit andere landen. De sector wordt hierdoor gekenmerkt door een sterk internationaal karakter in de vorm van allianties met buitenlandse bedrijven. Daarenboven zorgt brexit ervoor dat Ierse bedrijven, die nu vaak hun goederen en diensten importeren uit het VK, op zoek gaan naar nieuwe leveranciers binnen de EU, om zo hun goederenstroom te optimaliseren. De noodzakelijke focus op milieu en hernieuwbare energie, gecombineerd met die zoektocht van Ierse bedrijven, zorgt ervoor dat nu het ideale moment is om de Ierse markt te betreden of verder te onderzoeken.

## **LIFE SCIENCE MARKET STUDY – TURKEY**

FIT-Istanboel analyseert de ontwikkeling van de farmaceutische industrie, de medische technologie en biotechnologie in Turkije. U krijgt een overzicht van de huidige situatie en van de sterke en zwakte punten. Zo schetsen we de zakelijke kansen voor Vlaamse bedrijven in deze grote en groeiende sector in Turkije.

## RUSSIAN AND NORTH-WEST REGION – MEAT SECTOR OVERVIEW

De Russische landbouw heeft zich de laatste jaren snel ontwikkeld. Beleidsmaatregelen zoals importheffingen en overheidssteun, en de vleessector droegen bij tot een forse groei van de landbouw. Het beleid focust op importvervanging en zelfvoorziening in de vlees-, groenten- en andere voedselsectoren.

Grote geïntegreerde landbouwbedrijven domineren de Russische vleesmarkt. Meestal zijn dat hoogtechnologische organisaties die over heel Rusland verspreid zijn. De pluimvee- en varkensvleessector is sterk geconsolideerd en blijft zijn verticale integratie versterken en zijn capaciteit verbeteren. Middelgrote en kleine bedrijven produceren voornamelijk schapen-, konijnen- en kalkoenvlees.

Rusland is zelfvoorzienend geworden op het gebied van gevogelte en varkensvlees, de populairste vleessoorten. De zelfvoorziening in gevogelte en varkensvlees bereikt 95%, de kalkoenmarkt groeit snel en heeft een enorm groeipotentieel. Omdat het een uitstekende bron van eiwitten, vitaminen en mineralen is, wint kalkoenvlees er aan populariteit en sluit het aan bij de algemene trend van een gezondere levensstijl.

## THE INDIAN STARTUP ECOSYSTEM

Deze marktstudie kreeg een update. India's start-upecosysteem bruist en is tegenwoordig mainstream geworden op het vlak van werkgelegenheid, consumentoplossingen en productontwikkeling voor de rest van de wereld. Ook globale investeerders zien dit in. Door het toenemende gemak van zakendoen met India stijgt ook het aantal investeerders in broodnodige maar verwaarloosde gebieden. In deze studie krijgt u meer info over de huidige situatie van Indiase start-ups, financiering, incubatoren, acceleratoren en investeerders. Tot slot ontdekt u de businessopportunities voor Vlaamse bedrijven.

## BEER MARKET IN THAILAND

Deze studie over de Thaise biermarkt geeft een duidelijk overzicht van de kansen en de uitdagingen voor Vlaamse bedrijven die hun bierproducten willen exporteren. Komen onder meer aan bod: marktstructuur, marketingstrategie, consumptiegedrag, regelgeving, taxen en belemmeringen.

## FOOD & BEVERAGE INDUSTRY IN AUSTRALIA – MARKET OVERVIEW

Vlaamse bedrijven uit de voedingsmiddelen- en drankenindustrie die interesse hebben om te exporteren naar Australië vinden vele antwoorden terug in deze uitgebreide sectorstudie.

De marktstudie is gestructureerd in vijf hoofdsecties:

- macro-economische analyse;
- overzicht van de voedingsmiddelen- en drankenindustrie;
- Australische voorschriften voor voedingsmiddelen en dranken;
- trends in voedingsmiddelen en dranken in Australië;
- importregelgeving van België naar Australië.

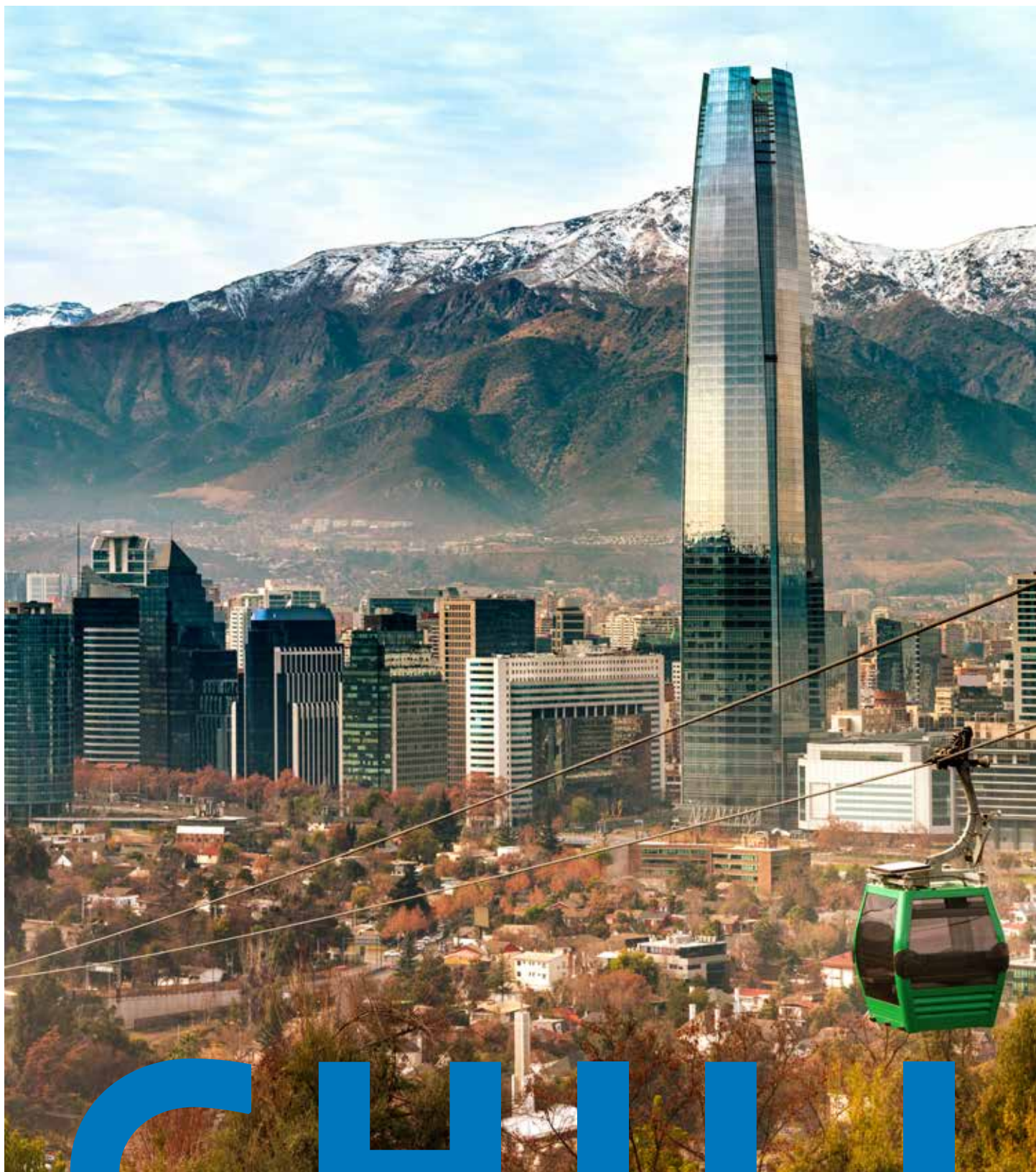
## ELECTROMOBILITY IN PERU

De Peruaanse transportsector staat onder druk: zowel organisatorisch als ecologisch zijn er vele dringende werkpunten. In Lima, bijvoorbeeld, is 40% van de vloot openbaar vervoer minstens 21 jaar oud. De Peruaanse overheid neemt wel maatregelen om elektrische voertuigen te integreren in het openbaar vervoer. In deze paper ontdekt u er alles over.

Download  
alle marktstudies op  
[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)



# DOSSIER



# CHILI



CHILI STAAT AL DECENNIALANG BEKEND OM ZIJN STABIELE MACRO-ECONOMISCHE EN FINANCIËLE KLIMAAT, ZEKER IN VERGELIJKING MET ANDERE LATIJNS-AMERIKAANSE LANDEN. DE SOCIALE ONRUSTEN DIE EIND 2019 DE KOP OPSTAKEN EN VANDAAG NOG ALTIJD HET PUBLIEKE LEVEN ONTREGELLEN, ZIJN VOOR VEEL INTERNATIONALE WAARNEMERS DAN OOK EEN DONDRSLAG BIJ HELDERE HEMEL. IS DIT HET EINDE VAN HET CHILEENSE SUCCESVERHAAL, OF NIET?



**Siegfried Verheijke**, onze Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) in de hoofdstad Santiago, analyseert voor Wereldwijd de situatie: "Chili staat voor een keerpunt. Ten eerste eist de bevolking ingrijpende sociale veranderingen om de hoge graad van ongelijkheid aan te pakken. Daarnaast heeft het land behoefte aan economische diversificatie om minder afhankelijk te zijn van landen zoals China. Een focus op groene technologieën, meer creativiteit, een hogere productiviteit en internationale partnerships moeten Chili een nieuw elan geven. En wie beter dan onze Vlaamse exporteurs om hen hierbij te helpen?"

**KLAAR VOOR VERSIE 2.0**

In de jaren 90 won de Chileense economie aan kracht. De opmars was onstuitbaar. Ter illustratie: in 2010 trad Chili toe tot de OESO en in 2014 behoorde het zelfs tot de 10 snelst groeiende opkomende markten ter wereld. Die evolutie leverde het land de bijnaam 'Latijns-Amerikaanse tijger' op, naar analogie met de Aziatische groeieconomieën Singapore, Taiwan, Hongkong en Zuid-Korea.

## NA REGEN KOMT ZONNESCHIJN

### Waar is het dan fout gegaan?

"Veel Chileenen hebben de economische groei aan zich voorbij zien gaan", steekt Siegfried Verheijke van wal. "Maar ze aanvaarden de ongelijkheid niet langer. De verhoging van de metrorijzen in oktober 2019 was de figuurlijke druppel. En hoewel de protesten uit het internationale nieuws verdwenen zijn, is het nog een dagelijkse realiteit in veel regio's. Een ding is zeker: de overheid kan de crisis enkel het hoofd bieden met grote maatschappelijke ingrepen. Daarom organiseert ze op 26 april een volksreferendum over een herziening van de grondwet. Het worden nog interessante tijden."

### Is het dan wel een goed moment voor Vlaamse exporteurs om zich op Chili te richten?

**Siegfried Verheijke:** "Niemand heeft een glazen bol, maar ik ben optimistisch. Door de sterke economische infrastructuur en een groeiende middenklasse die wil vooruitgaan, is de kans groot dat het land hier sterker uit komt. Bovendien groeide de Chileense economie in 2018 nog met 3,9% en in 2019 met 2,5%. Dit jaar zal een overgangsjaar worden met een verwachte groei van iets meer dan 1%, maar vanaf 2021 zijn de voorspellingen weer een stuk beter. De cijfers blijven dus relatief positief. En belangrijker: de roep om verandering opent ook deuren voor buitenlandse spelers."

## INDUSTRIE 4.0 VOOR CHILI 2.0

### Welke concrete kansen bieden zich aan?

**Siegfried Verheijke:** "Een van de geplande wetswijzigingen is een verkorting van de werkweek van 45 naar 40 uur. Dat betekent dat bedrijven hun productiviteit met 10% moeten optrekken om hetzelfde te presteren. Daarvoor wordt gekeken naar nieuwe technologieën, zoals artificiële intelligentie, big data en machine learning. Naast de maak- en dienstindustrie, zijn ook de landbouw- en de enorme mijnbouwsector vragende partij voor vergaande automatisering. Kortom: Industrie 4.0 moet Chili 2.0 op de rails krijgen."

## DE ROEP OM VERANDERING OPENT DEUREN VOOR BUITENLANDSE SPELERS.

## FOCUS OP HERNIEUWBARE ENERGIE

### Chili heeft ook ambitieuze plannen voor de energiesector. Wat moeten Vlaamse exporteurs weten?

**Siegfried Verheijke:** "Energie is sinds jaar en dag een topprioriteit. Chileenen zijn de grootste energieconsumenten in Latijns-Amerika, maar er is geen eigen gas- of olieproductie. Andere technieken, zoals kernenergie, zijn dan weer geen optie in een land waar aardbevingen vaak voorkomen. Het gevolg:

zowat 75% van de energie wordt geïmporteerd, waardoor de energieprijzen heel hoog liggen. De overheid wil daarom volop inzetten op hernieuwbare energie. Het oorspronkelijke doel van de Chileense overheid om tegen 2025 het aandeel van duurzame energie op te trekken van 12% naar 20% werd al in 2018 bereikt. Men verwacht dat het aandeel tegen 2030 ongeveer 50% zal zijn, en het streefdoel voor 2050 is 70%."

### Welke hernieuwbare energiebronnen krijgen de meeste aandacht?

**Siegfried Verheijke:** "De Chileense mijnbouw – de grootste energieverbruiker – rekt vooral op zonne-energie. De meeste mijnen bevinden zich immers in het noorden, waar de omstandigheden voor zonne-energie ideaal zijn. Ook van biomassa en windenergie wordt veel verwacht. Typisch voor Chili is daarnaast de focus op oceanische energie, zoals golf- en getijdenenergie. Met een kustlijn van ruim 6.000 kilometer is er veel mogelijk. Tot slot leveren de talrijke vulkanen veel potentieel voor geothermische energie. Internationale dienstverlener Ernst & Young plaatst Chili daarom op de 13e plaats op de lijst van aantrekkelijke landen voor investeringen in hernieuwbare energie."

## DE EUROPEANEN VAN ZUID-AMERIKA

### Zijn er nog sectoren die opportuniteiten bieden?

**Siegfried Verheijke:** "Chilenen spiegelen zich graag aan onze maatstaven en levensstandaard. Een kwalitatieve gezondheidszorg is daar een essentieel onderdeel van. Nieuwe publieke en privéziekenhuizen schieten als paddenstoelen uit de grond om aan de OESO-normen te voldoen, vooral in de regio rond Santiago. Daardoor zit de import van medische producten en diensten al jaren in de lift."

### Geldt de blik op Europa ook voor voeding en dranken?

**Siegfried Verheijke:** "Absoluut. Zowel kwaliteitsvolle koekjes en chocolade als biologische voedingsmiddelen en andere premiumproducten zijn heel geliefd bij de kapitaalcrachtige middenklasse. In de laatste jaren is bovendien een echte biercultuur ontstaan. Chilenen zijn de grootste alcoholconsumenten van Latijns-Amerika, met sinds kort een voorkeur voor speciale bieren. Bij uitbreiding trekt de Europese levensstijl zich ook door op andere vlakken: van mode over interieur tot luxeproducten."

## REGIONALE HUB

### Wat heeft Chili dat andere Zuid-Amerikaanse landen niet hebben?

**Siegfried Verheijke:** "Met een 59e plaats op de Ease of Doing Business Index is het de regionale koploper. Zo worden investeerders goed beschermd, is er een hoge graad van rechtszekerheid en zijn de kosten en administratieve formaliteiten voor exporteurs beperkt. Meer zelfs, door een handelsverdrag uit 2002 tussen de EU en Chili exporteren Vlaamse bedrijven de meeste producten tegen een douanetarief van 0%. Op dit ogenblik onderhandelen beide partijen over een modernisering van die overeenkomst, wat tot nieuwe mogelijkheden zal leiden. Leuk weetje: ook voor transportkosten is Chili dé Zuid-Amerikaanse bestemming."

### Chili is wereldrecordhouder economische samenwerkingsakkoorden. Welk voordeel levert dat op?

**Siegfried Verheijke:** "Mijn advies is simpel: benader Chili als een regionale hub. Het heeft akkoorden met alle grote handelsnaties en -blokken. Een belangrijk vrijhandelsverdrag is bijvoorbeeld de 'Alianza del Pacífico' met Colombia, Peru en Mexico, waardoor je toegang hebt tot een markt van 225 miljoen inwoners. De Chileense economie is heel open. Export is goed voor ongeveer 50% van het bnp."

### Maakt dat het land ook kwetsbaar voor geopolitieke spanningen en andere internationale ontwikkelingen?

**Siegfried Verheijke:** "Dat is inderdaad de keerzijde van de medaille. Zo gaat een derde van de export naar China, vooral koper, fruit, groenten, hout

DE EUROPESE LEVENSTIJL IS HET IDEEAAL-BEELD: VAN MODE OVER INTERIEUR TOT LUXEPRODUCTEN.

en papier. De handelsoorlog met de VS en de uitbraak van het coronavirus treffen Chili daarom harder dan veel andere landen. Die evolutie versterkt de nood aan structurele veranderingen en diversificatie in de economie."

## MEER CULTURELE GELIJKENISSEN DAN VERSCHILLEN

### Wat typeert de Chileense zakenlui?

**Siegfried Verheijke:** "Wat opvalt, is dat Chilenen niet graag 'neen' zeggen. Een gouden tip: als je merkt

dat iemand weinig enthousiast is of amper reageert, ga er dan maar van uit dat het antwoord negatief is. Voor de rest leunen ze op het vlak van zakencultuur veel dichter aan bij ons dan andere Zuid-Amerikanen. Denk aan stiptheid en omgangsvormen. Ik raad Vlaamse exporteurs daarom altijd aan om Chilenen net als Europese zakenlui te benaderen – iets waar soms het schoentje wringt."

### Wat kan er dan beter?

**Siegfried Verheijke:** "Wanneer Vlaamse exporteurs de sprong naar Latijns-Amerika wagen, liggen Brazilië en Argentinië doorgaans eerst op hun pad. Chili kan dan een leuk extraatje zijn en wordt soms ook zo benaderd. Vlaamse ondernemers dagen soms in vrijetijdskleding op voor meetings. Dat is geen goed begin. Als de bedrijfspresentatie daarenboven niet is afgestemd op de lokale markt of zelfs niet in het Spaans is, maak je helemaal geen kans. Wie wel goed weet in te spelen op de Chileense psyche wordt heel warm ontvangen."

## SAMEN VOOR EEN STERKER CHILI

### Wat zijn je verwachtingen voor de komende jaren?

**Siegfried Verheijke:** "De regering heeft een reeks economische maatregelen goedgekeurd om openbare investeringen op te drijven, kmo's te ondersteunen, de werkgelegenheid te stimuleren en de koopkracht te versterken. Als het land daarnaast steun krijgt van buitenlandse spelers om onder andere zijn productiviteit en efficiëntie aan te zwengelen, dan zou het nieuwe Chili weer moeten aanknopen met mooie groeicijfers. FIT staat alleszins klaar om Vlaamse exporteurs te helpen om hun Chileense ambities waar te maken."

VANUIT CHILI HEB JE VRIJE TOEGANG TOT ALLE GROTE HANDELSNATIES EN -BLOKKEN.



## REGIONALE LIJSTJES- KAMPIOEN

- 1. INNOVATIE** – Op de Global Innovation Index van de Wereldorganisatie voor Intellectuele Eigendom voert Chili met een 51e plaats het Latijns-Amerikaanse peloton aan.
- 2. VEILIGHEID** – Volgens de Global Peace Index is Chili het veiligste land in de regio. Het behoort ook al jaren tot de 30 veiligste landen ter wereld.
- 3. CORRUPTIE** – Chili scoort met een 26e plaats goed op de laatste Corruption Perception Index. In Zuid-Amerika doet enkel Uruguay beter.
- 4. START-UPCULTUUR** – Santiago is na São Paulo de beste Latijns-Amerikaanse stad om een start-up op te richten.
- 5. ECONOMISCHE VRIJHEID** – met een 18e plaats op 180 landen behaalt Chili in de Economic Freedom Index veruit de beste score van alle Zuid-Amerikaanse landen.



## TESTIMONIAL SOLCOR **ALEXANDER DECOCK** medeoprichter en CEO

AL MEER DAN VIJF JAAR PLAATST HET WEST-VLAAMSE SOLCOR ZONNEPANELENINSTALLATIES OP CHILEENSE BEDRIJFS- EN OVERHEIDSGEBOUWEN. HET JONGE BEDRIJF ONTPOPTE ZICH ZELFS IN ILTEMPO TOT CHILEENSE MARKTLEIDER IN DE ZONNEPANELENSector. EN VOLGENS MEDEOPRICHTER EN CEO **ALEXANDER DECOCK** IS ER NOG VEEL GROEIRUIMTE.

### “CHILEENSE OVERHEID BIEDT INNOVATIEVE START-UPS VELE KANSEN”

Samen met studievriend Steven van Cauwenberghe zag Alexander Decock in 2014 veel opportuniteiten in de zonnepanelesector: “Uit marktonderzoek bleek dat Chili nog tamelijk onontgonnen terrein was. De Chileense ambassadeur vertelde ons over een prestigieuze wedstrijd voor startende ondernemers. Dus grepen we onze kans.” Met succes: de wedstrijd leverde hen 30.000 USD startkapitaal op, wat het begin van Solcor betekende.

#### PRESTIGEPROJECT

Sindsdien gaat het hard voor de West-Vlamingen. Zo haalde Solcor in 2018 een grote overheidsopdracht binnen. Het duo mocht het Chileense presidentieel paleis bekleden met zonnepanelen, goed voor 18% van haar energieverbruik. “Deze overheidsopdracht was de 100e Chileense aanbesteding die werd uitgeschreven. Het was meteen duidelijk dat dit op het vlak van marketing een interessant project ging worden”, zegt Alexander Decock.

#### REFERENTIE OP PALMARES

“Alles in Chili begint bij vertrouwen en contacten zijn hier zeer belangrijk. Als onbekende speler maakten we van con-

tactenrelaties en customer service daarom ons stokpaardje. En tevreden klanten genereren automatisch nieuwe klanten. Dat we dit grootschalige project in de wacht sleepten, was een mooie referentie op ons palmares.”

#### GROEIAMBITIES

“Onze topprioriteit blijft nog even onze leidinggevende positie in Chili versterken. Dat doen we onder meer door onderhoudsdiensten aan te bieden aan derden en geleidelijk aan de particuliere markt te betreden. Daarnaast zijn we sinds kort actief in Portugal, voor ons ook een veelbelovende markt.”

#### TIP

➤ LAAT AL JE CONTRACTEN NOTARISEREN. ZO BEN JE 100% ZEKER DAT ZE WORDEN NAGELEEFD ZOALS AFGESPROKEN.

➤ “TERWIJL EEN VRACHTWAGEN BEPERKT IS DOOR EEN MAXIMUMGEWICHT, NEEMT EEN CONTAINERSCHIP MAKKELIJK 5.000 CONTAINERS MEE. DE OPERATIONELE KOSTEN LIGGEN DUS EEN STUK LAGER. DE GROTE VRAAG NAAR CONTAINERS IN CHILI MAAKT MARITIEM TRANSPORT EXTRA AANTREKKELIJK. VAN ONS LAND NAAR VALPARAÍSO – DE GROOTSTE HAVENSTAD VAN CHILI – IS RELATIEF GOEDKOOP. TER VERGELIJKING: VOOR LANDTRANSPORT NAAR ZUID-EUROPA BEN JE AL SNEL 3 OF 4 MAAL HETZELFDE BEDRAG KWIJT.”

Wouter Overmeire,  
Business Developer bij La Lorraine Bakery Group.

## TESTIMONIAL GROUP MACHIELS CHILI **HILDE DE VOS** technisch directeur

VOOR GROUP MACHIELS UIT HASSELT IS CHILI DE TWEEDE THUIHAVEN. HET FAMILIEBEDRIJF REALISEERT ER AL DECENNIALANG SUCCESPROJECTEN IN MILIEUBEHEER, VASTGOED EN HERNIEUWBARE ENERGIE. INTUSSEN IS HET OOK ACTIEF IN ANDERE ZUID-AMERIKAANSE LANDEN. ALS TECHNISCH DIRECTEUR BIJ GROUP MACHIELS IN CHILI LEERDE **HILDE DE VOS** HET LAND DOOR EN DOOR KENNEN. VOOR WERELDWIJS LEGT ZE EEN VAN DE BELANGRIJKSTE TROEVEN BLOOT.

### “DE DUURZAME REVOLUTIE IN CHILI KOMT STILAAAN OP GANG”

#### EEN NIEUWE TIJDSGEEST

“Sinds enkele jaren wordt in Chili alsmaar meer belang gehecht aan duurzaamheid en milieu”, zegt Hilde De Vos. “Niet alleen bij de Chileense overheid, maar ook bij een gedeelte van de bevolking staan milieuthema’s steeds hoger op de agenda. Die mentaliteitswijziging brengt kansen met zich mee op het vlak van circulaire economie, zoals het gebruik van herbruikbare materialen en verpakkingen. Ook waterrecyclage is een kansrijke sector. Chili gaat namelijk gebukt onder de ergste droogte in 60 jaar. Vooral in de regio rond de hoofdstad Santiago zorgt de slinkende grondwatervoorraad voor problemen.”

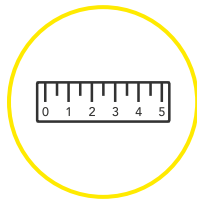
#### CLOSING THE CIRCLE-FILOSOFIE

Dat Vlaamse technologie en knowhow het verschil kunnen maken in Chili, maakte Group Machiels zo’n 25 jaar geleden al duidelijk. Het bedrijf pionierde in 1997 met hypermoderne afvalverwerking en staat vandaag sterker dan ooit. Hilde De Vos: “Doorheen de jaren zijn we erin geslaagd om onze stempel te drukken met onder meer grote afvalopslagplaatsen verspreid over het land. In 2017 realiseerden we dan weer een project waarbij we biogas uit twee van onze stortplaatsen in de regio Bío Bío omzetten in elektriciteit – een mooi voorbeeld van onze closing the circle-visie.”

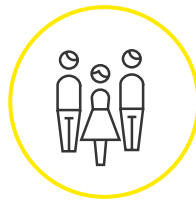


# FACTSHEET CHILI

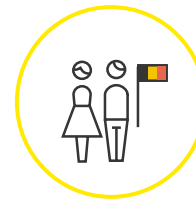
FLANDERSTRADE.BE



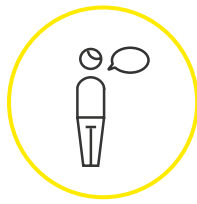
**Oppervlakte**  
756.102 km<sup>2</sup>



**Aantal inwoners**  
18 miljoen (2019)



**Aantal Belgen ingeschreven in Santiago**  
1.887 (2019)

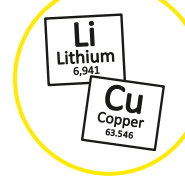


**Officiële taal**  
Spaans



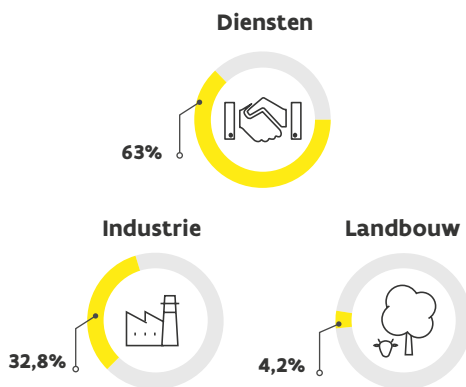
**Munteenheid**  
Chileense peso (CLP)  
1 EUR = 909,9 CLP  
(02/03/2020)

WEET JE

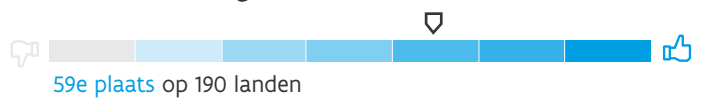


Chili bezit de grootste koper- en lithiumvoorraden ter wereld.

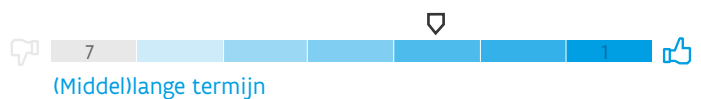
## Aandeel economische sectoren in bbp



## Ease of doing business index



## Politiek risico



## Commercieel risico (van C tot A)



## Top 5 Vlaamse exportproducten naar Chili € 444,5 miljoen (2018)

- 16,6% Machines en mechanica
- 11,7% Farmaceutica
- 11,3% Wegtransportmaterieel
- 5,9% Optica en precisieapparatuur
- 4,8% Meelproducten

## Top 5 Vlaamse importproducten uit Chili € 491,8 miljoen (2018)

- 47,6% Anorganische chemie
- 16,8% Koper(producten)
- 7,2% Ertsen
- 5,8% Fruit
- 5,7% Vis, schaal- en weekdieren



**VLAANDEREN VERSNELT GAAT NIEUWE FASE IN**

# **FIT LANCEERT 5 PROJECTEN**

**OM DE VLAAMSE ECONOMIE  
VERDER TE INTERNATIONALISEREN**

INTERNATIONALISERING IS EEN CRUCIALE LEVENSADER VOOR VLAAMSE BEDRIJVEN. VOOR EEN GROEIENDE BUSINESS MOET U WEL UW IDEEËN, PRODUCTEN EN DIENSTEN VLOT IN HET BUITENLAND AAN DE MAN BRENGEN. MAAR IN EEN WERELD DIE ALMAAR SNELLER DIGITALISEERT EN INNOVEERT, IS DAT GEEN KLEIN BIER. DAAROM LANCEERT FIT VIJF PROJECTEN WAARMEE WE U EN UW BUSINESS NOG BETER KUNNEN ONDERSTEUNEN.



**EFRO**  
EUROPEES FONDS  
VOOR REGIONALE  
ONTWIKKELING



Om deze projecten voor u uit de doeken te doen, brengen we veel FIT-volk rond de tafel. Zo gaan we naast onze gedelegeerd bestuurder Claire Tillekaerts ook te rade bij de vijf projectmanagers: Yves Ruland (databeheer), Kristof Lowyck (customer journey), Janne Kindt (start-ups), Francis Baert (digitale handel) en projectcoördinator Sam Abosi (clusters).

## MET EUROPESE EN VLAAMSE STEUN

### Hoe en waarom zijn deze nieuwe projecten tot stand gekomen?

**Claire Tillekaerts:** “Deze projecten breien een vervolg aan Vlaanderen Versnelt, de internationaliseringsstrategie van de Vlaamse economie. Die werd in 2016 gelanceerd en vorig jaar geëvalueerd. De voorbije jaren hebben we niet stil gezeten ... Zo ontwikkelden we onder andere een branding toolkit om Vlaamse expertise te promoten in vijf kerndomeinen. Daarnaast lanceerden we Verover De Wereld, een digitale agenda voor Vlaamse bedrijven die wereldwijd willen deelnemen aan events rond internationaal ondernemen. En vorig jaar organiseerden we bovendien de tweede Flanders International Economic Summit.

Met de vijf nieuwe projecten steken we van 2020 tot en met 2022 opnieuw een tandje bij. Bedoeling is om bedrijven met internationale ambities nog beter bij te staan en tegelijk de competitiviteit van Vlaanderen als regio verder aan te scherpen. We trekken daarbij volop de kaart van digitalisering en optimale dienstverlening. Dat doen we onder meer om de noden van bedrijven vlotter te detecteren, nieuwe ondersteuningsvormen te ontwikkelen en de commercialisering van Vlaamse innovatie in het buitenland te versnellen. Om dat alles te realiseren, kunnen we rekenen op 800.000 euro steun van EFRO, het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling, en 900.000 euro van het Hermesfonds.”

“BEDOELING VAN DEZE VIJF PROJECTEN IS OM BEDRIJVEN MET INTERNATIONALE AMBITIES NOG BETER BIJ TE STAAN EN DE COMPETITIVITEIT VAN VLAANDEREN VERDER AAN TE SCHERPEN”

CLAIRE TILLEKAERTS,  
GEDELEGEERD BESTUURDER VAN FIT



## 1. DATABEHEER VOOR SLIMME (KENNIS VAN) ZAKEN

### Een van de nieuwe projecten spitst zich toe op databeheer bij FIT. Waarom is dat belangrijk?

**Yves Ruland:** “Big data is een cruciale bron van zakelijke kennis geworden – zowel voor FIT als voor de Vlaamse bedrijfswereld. Maar om ondernemingen van nuttige markt- en sectorinzichten te voorzien, heb je een datasysteem nodig dat gegevens doordacht verzamelt, beheert, deelt en rapporteert.

FIT wil hierin blijven groeien. Bedoeling is om onze business intelligence-systemen en big data-applicaties verder uit te breiden om onder andere integratie met nog meer partijen te voorzien. Zo kunnen we nog kwaliteitsvollere inzichten opleveren waar Vlaamse bedrijven mee aan de slag kunnen om slimme zakelijke keuzes te maken.”



## 2. KLANTENTRAJECTEN IN KAART BRENGEN

### De ‘customer journey’ bij FIT is een ander focuspunt. Wat houdt dat precies in?

**Kristof Lowyck:** “Met onze customer journey bedoelen we de manier waarop Vlaamse en buitenlandse ondernemingen hun weg naar FIT vinden. Die verandert almaar sneller doordat er steeds meer – voornamelijk digitale – mogelijkheden bijkomen. We spelen daar al op in door onze dienstverlening te digitaliseren en af te stemmen op specifieke doelgroepen. Onze Welcome Teams voor buitenlandse investeerders in onder andere ICT, chemie en lifesciences zijn daar een mooi voorbeeld van.

In de komende jaren tillen we deze inspanningen nog een niveau hoger. Door onze klanten beter te leren kennen, fijnmaziger te segmenteren en dit proces te digitaliseren, kunnen we hun noden nog sneller detecteren en zelfs voorspellen – voor een optimale dienstverlening op maat.”



### 3. START-UPS VOOR HET INTERNATIONALE VOETLICHT

Een ander project focust op de begeleiding van start-ups bij hun expansie en promotie in het buitenland. Nochtans zijn veel start-ups 'born globals' ...

**Janne Kindt:** "Dat klopt. Toch blijkt uit onze analyses dat start-ups vaak extra ondersteuning kunnen gebruiken voor hun internationale go-to-marketstrategie. 'Hoe benader ik bepaalde markten het best?' 'Hoe bouw ik marktaandeel op in het buitenland?' 'Hoe haal ik het maximum uit mijn beursdeelname?' Het zijn allemaal vragen waarop FIT een antwoord zal bieden met nieuwe tools.

Bovendien zullen we het Vlaamse start-uplandschap digitaal in kaart brengen. Zo kunnen we proactiever begeleiden en ondersteunen. Met als resultaat dat we Vlaanderen nog beter op de kaart zetten als bloeiend ecosysteem van sterke start-ups, scale-ups, incubatoren, acceleratoren, consultants, ondersteunde dienstverleners enzovoort."



### 4. DIGITALE HANDEL EXTRA ONDER DE AANDACHT

Digitaal is het nieuwe normaal, ook bij internationaal ondernemen. Dat er bij FIT een nieuw project rond digitale handel komt, hoeft dan ook niet te verbazen ...

**Francis Baert:** "Inderdaad! Als belangrijke exportregio mag Vlaanderen immers niet achterblijven wat digitale handel betreft. Al draait digitalisering in de handelwereld om veel meer dan alleen e-commerce. Digitale handel heeft een immense impact op hoe bedrijven hun goederen, diensten en informatie produceren, verkopen en onderhouden.

Er bestaan enorme opportuniteiten op dit vlak en Vlaanderen moet ook hier vooroplopen. Tegelijk botsen ondernemingen almaar vaker op nieuwe vormen van digitaal protectionisme. Om onze bedrijven optimaal te begeleiden, zal FIT deze snel veranderende context op de voet blijven volgen."



### 5. VLAAMSE CLUSTERS GAAN INTERNATIONAAL

Tot slot focust een van de projecten op de internationalisering van Vlaamse clusters. Hoe is dat precies relevant voor de Vlaamse economie en bedrijfswereld?

**Sam Abosi:** "Clusters zijn organisaties die nauwe samenwerking binnen een bepaalde sector faciliteren, vanuit de wetenschap dat dit innovatie versterkt. Denk aan de Blauwe Cluster, Catalisti, Flanders' FOOD, Flux50, SIM en VIL. Dergelijke samenwerking komt zowel de deelnemende bedrijven als onze maatschappij ten goede.

Dat de clusters dit prima doen, staat buiten kijf. Wel zijn er nog kansen om die innovaties sterker en breder te internationaliseren. Daarom zal FIT aan een methodiek werken die clusters ondersteunt en richting geeft bij hun internationaliseringsplannen. Want als Vlaamse innovatie internationaal hoge ogen gooit, plukken we daar ook lokaal de vruchten van."

#### WORDT VERVOLGD

Benieuwd naar de voortgang die deze projecten boeken? FIT zal regelmatig over de afzonderlijke thema's en bijbehorende resultaten communiceren. Zowel in Wereldwijs als online. Hou dus zeker ook de Strategie-pagina op onze corporate website in de gaten: [www.flandersinvestmentandtrade.com/nl/strategie](http://www.flandersinvestmentandtrade.com/nl/strategie).

Voor meer info kan u terecht bij projectcoördinator Sam Abosi via [sam.abosi@fitagency.be](mailto:sam.abosi@fitagency.be).



# EXPORT- ONDERSTEUNING IN TIJDEN VAN CORONA

HET ZIJN MOEILIJKE TIJDEN EN NIEMAND KAN VOORSPELLEN WANNEER DE GREEP VAN HET CORONAVIRUS ZAL LOSSEN. MAAR DAT HET LELIJK HUIS ZAL HOUDEN BIJ ALLE VLAAMSE EXPORTBEDRIJVEN, STAAT VAST. DAAROM DOET FIT ER ALLES AAN OM U TE HELPEN DOORHEEN DEZE PERIODE. ZO STUREN WE ONZE ACTIVITEITEN BIJ WAAR NODIG EN ZOEKEN WE ALTERNIEVE OPLOSSINGEN WAAR MOGELIJK. VIRTUELE B2B-MEETINGS ORGANISEREN EN ANDERE TIMINGS PLANNEN, ZIJN DAAR VOORBEELDEN VAN.

Omdat we geloven dat alle hulp en expertise meer dan welkom zal zijn zodra het coronavirus onder controle is, hebben we onze Exportbeurs nog niet van datum verschoven. Want 'toegang krijgen tot alle exportkennis en experts ter zake in één bezoek' is dan meer dan ooit een troef. We volgen de ontwikkelingen op de voet en hakken zo snel mogelijk de knoop door of de Exportbeurs doorgaat zoals gepland of wordt uitgesteld naar het najaar. FIT stort uw inschrijvingsbedrag terug als de nieuwe data niet zouden passen in uw agenda.

Sowieso raden we aan om toch al te registreren – we blijven optimistisch! Daarom veranderen we voorlopig ook niets aan het verloop en de timing van de Leeuw van de Export, maar ook dat kan uiteraard nog wijzigen.

WE HOUDEN U OP DE HOOGTE  
VIA MAILINGS EN WERELDWIJS,  
MAAR HOU ZEKER OOK ONZE WEBSITES  
IN DE GATEN:

[www.exportbeurs.be](http://www.exportbeurs.be)  
[www.leeuwvandeexport.be](http://www.leeuwvandeexport.be)



VOOR ALLE UPDATES  
OVER DE IMPACT VAN COVID-19  
OP UW EXPORTPLANNEN,  
CHECK

[WWW.EXPORTADVIES-CORONA.BE](http://WWW.EXPORTADVIES-CORONA.BE)

**EXPORT  
BEURS  
2020**



FLANDERS INVESTMENT & TRADE

**23-24-25 JUNI**

# KOM NAAR DE EXPORTBEURS 2020!

AMBITIE OM EEN NIEUWE DOELMARKT AAN TE BOREN OF U NOG VERDER TOE TE SPITSEN OP EEN BESTAANDE EXPORTMARKT? SCHRIJF U DAN SNEL IN VOOR ONZE TWEEJAARLIJKSE EXPORTBEURS, DE PLACE TO BE VOOR IEDEREEN DIE MET EXPORT BEZIG IS. DIT NIET TE MISSEN EVENT VINDT PLAATS **VAN DINSDAG 23 JUNI TOT DONDERDAG 25 JUNI 2020 IN BRUSSEL EXPO**. CONCRETISEER ER AL UW EXPORTPLANNEN IN SLECHTS ÉÉN BEZOEK.

**SAVE THE DATE  
EN SCHRIJF U IN!**


**23 – 24 – 25 JUNI**

OPEN VAN 9 TOT 17 UUR (23 & 24 JUNI)  
9 TOT 16 UUR (25 JUNI)

**WAAR?**

PALEIS 1 – BRUSSEL EXPO  
BELGIËPLEIN 1, 1020 BRUSSEL, BELGIË





Op de Exportbeurs vindt u onder één dak alle spelers die met export of aspecten van internationaal ondernemen te maken hebben. Vlaamse exporteurs, sectorfederaties, middenveldorganisaties, banken, logistieke verzekeraars, logistieke spelers ... noem maar op. Daarnaast tekenen ook de bijna 100 landenexperten uit ons uitgebreide FIT-netwerk present.

De ideale gelegenheid dus om uw exportvragen over gelijk welke doelmarkt ter wereld te stellen, van wet- en regelgeving over marketing tot logistiek. Tijdens een-op-eengesprekken krijgt u uw antwoorden, van een expert die uw bestemming door en door kent.

### **WEES ER VLUG BIJ, WANT DE PLAATSEN ZIJN BEPERKT**

Om deze individuele gesprekken zo vlot mogelijk te laten verlopen, vragen we u om uw afspraak op voorhand te boeken. Uit ervaring weten we dat de agenda's van onze landenexperten snel vollopen. Wacht dus niet langer!

### **EXCLUSIEVE WORKSHOPS EN SEMINARIES**

En er is meer. Zo voorzien we zo'n 100 boeiende seminars en workshops waarop experts van FIT en onze partners dieper ingaan op een hot topic in internationaal ondernemen. Ook van de andere deelnemers steekt u tijdens zo'n sessie bijzonder veel op.

### **ONTMOET DE HELE VLAAMSE EXPORTWERELD**

Bovendien staan ruim 45 exposanten – zoals ING, Voka of Credendo – klaar om uw internationaal project of idee te bespreken en eventueel te ondersteunen. Centraal op de beurs bevindt zich de FIT-stand. Daar krijgt u uitgebreide informatie over onze dienstverlening: exportbevorderende acties, subsidies, eerstelijns- en financieringsadvies.

Verovert u binnenkort de internationale markten met een beloftevol technologisch product? Ga dan zeker langs bij onze technologieattachés – zelf technologische zwaargewichten – die Vlaamse techbedrijven diepgaande en gespecialiseerde begeleiding bieden in specifieke markten.

### **UNIEKE ONTMOETINGSPLAATS**

Een beurs waarop nagenoeg alle spelers uit de Vlaamse exportwereld aanwezig zijn, vormt uiteraard de uitgelezen kans om te netwerken. Bezoek onze gezellige ontmoetingsruimte om ervaringen en advies uit te wisselen met collega-ondernemers, FIT-experten en andere bezoekers. En inspireer tot of laat u inspireren bij het zetten van nieuwe exportstappen!

### **SCHRIJF U IN VOOR DE EXPORTBEURS 2020!**

De Exportbeurs richt zich in de eerste plaats tot Vlaamse ondernemingen, maar ook niet-Vlaamse bedrijven, consultants en studenten zijn welkom. Zij kunnen zich inschrijven als privépersoon en deelnemen aan alle beursactiviteiten, behalve aan de persoonlijke gesprekken met de landenexperten.

### **INSCHRIJVEN KAN IN VIER EENVOUDIGE STAPPEN**

- 1.** Surf naar [www.exportbeurs.be](http://www.exportbeurs.be), registreer als Vlaams bedrijf of als privépersoon en maak uw profiel aan. Vink aan op welke dag u deelneemt aan de Exportbeurs.
- 2.** Stel vervolgens uw dagprogramma samen en reserveer indien gewenst uw afspraak met 1 tot max. 4 FIT-landenexperts per dag. We hanteren het 'first come, first served'-principe, dus laat er geen gras over groeien.
- 3.** Een toegangsticket voor de Exportbeurs kost € 75 per dag. Daarin is – naast de deelname aan workshops, seminars en gesprekken met landenexperts – ook de catering inbegrepen. U ontvangt uw factuur via de post.
- 4.** Na betaling ontvangt u uw gepersonaliseerd programma per mail.

19E EDITIE VAN DE LEEUW VAN DE EXPORT



# JACHTSEIZOEN GEOPEND: BEN JIJ ONZE LEEUEW VAN DE EXPORT?



HEEFT UW BEDRIJF DE WIND IN DE ZEILEN IN HET BUITENLAND? SCHEERT UW EXPORT HOGE TOPPEN? DAN MAAKT U EEN GOEDE KANS OM DE LEEUW VAN DE EXPORT 2020 TE WINNEN, DE BELANGRIJKSTE EXPORTPRIJS VAN VLAANDEREN, UITGEREIKT DOOR FIT. DEZE PRESTIGIEUZE TITEL OPENT VELE DEUREN, IN VLAANDEREN ÉN DANKZIJ ONS WIJDVERTAKTE NETWERK OOK IN DE REST VAN DE WERELD.

Binnenkort rolt FIT – voor het 19e jaar op rij – de rode looper uit voor zijn Leeuwen van de Export: Vlaamse bedrijven die impressionante exportcijfers realiseren. Zowel kleine als grote bedrijven kunnen meedingen naar de prijs. Zo kwamen Luminex Network Intelligence (Bedrijven met max. 49 medewerkers) en Sioen Industries (Bedrijven met 50 of meer medewerkers) in 2019 als winnaars uit de bus. Op 1 april start onze zoektocht opnieuw.

### **BENT U DIE INTERNATIONALE UITBLINKER DIE DE TITEL 'LEEUW VAN DE EXPORT' VERDIENT?**

Maak dan meteen werk van uw kandidatuur via [www.leeuwvandeexport.be](http://www.leeuwvandeexport.be)! Dien uw wedstrijd-dossier in vóór 31 mei en treed in de voetsporen van exportkleppers als Skyline Communications, H.Essers, Waterleau en Duvel Moortgat.

## **DEELNEMEN IN 7 STAPPEN**

- 1.** DIEN UW ONLINE WEDSTRIJDDOSSIER IN VIA **WWW.LEEUWVANDEEXPORT.BE**. DAT KAN TUSSEN 1 APRIL EN **31 MEI 2020**.
- 2.** EEN VAKJURY SELECTEERT 3 'KLEINE BEDRIJVEN' (BEDRIJVEN MET MAX. 49 MEDEWERKERS) EN 3 'GROTE BEDRIJVEN' (BEDRIJVEN MET 50 OF MEER MEDEWERKERS) OP **11 JUNI**. OP 15 JUNI WORDEN DE GENOMINEERDEN BEKENDGEMAAKT.
- 3.** HAAL INSPIRATIE EN TIPS UIT DE INFOESSIE VOOR DE 6 GENOMINEERDEN OP **23 JUNI**.
- 4.** PRESENTEER UW BEDRIJF EN EXPORTRESULTATEN IN EEN KORTE PROMOVIDEO. DE OPNAMES WORDEN VASTGELEGD IN **JULI OF AUGUSTUS**, NAARGELANG UW ZOMERPLANNING.
- 5.** VERFIJN EN VERSTERK UW FINALE WEDSTRIJDDOSSIER (DEADLINE: **1 SEPTEMBER**) EN STEL EEN PRESENTATIE OP. DAARVOOR HEEFT U TOT **11 SEPTEMBER**.
- 6.** GEEF OP **16 SEPTEMBER** EEN GRANDIOZE PRESENTATIE VOOR EEN UITGEBREIDE VAKJURY. ZIJ SELECTEREN IN ELKE CATEGORIE ÉÉN WINNAAR.
- 7.** ONTVANG OP **23 SEPTEMBER** DE PRESTIGIEUZE PRIJS UIT HANDEN VAN DE VLAAMSE MINISTER-PRESIDENT EN ONDER HET SUPPORTEREND OOG VAN COLLEGA-ONDERNEMERS TIJDENS DE UITREIKINGSCEREMONIE IN GENT.

STEL UW BEDRIJF VANDAAG NOG KANDIDAAT EN VERGAAR EEUWIGE EXPORTROEM ZOALS LUMINEX NETWORK INTELLIGENCE EN SIOEN INDUSTRIES. SCHRIJF U IN OP **WWW.LEEUWVANDEEXPORT.BE**.



# WAAROM MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD INTERNATIONAAL ONDERNEMEN EEN MUST-HAVE IS

OVERAL TER WERELD VERHIT DE KLIMAATPROBLEMATIEK DE GEMOEDEREN. HET IS ZONNEKLAAR: WE MOETEN MET Z'N ALLEN ANDERS LEVEN, WONEN EN REIZEN, MAAR OOK (SAMEN)WERKEN, PRODUCEREN EN REGEREN OM TOT DUURZAME OPLOSSINGEN TE KOMEN. TERWIJL TOT VOOR KORT VELE VLAAMSE ONDERNEMINGEN MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN (MVO) OVERWOGEN, ZIJN WE DAT STATION NU ALLANG GEPASSEERD. MVO – OOK INTERNATIONAAL – WORDT EEN CRUCIALE BESLISSINGS-FACTOR BIJ DE KEUZE VOOR UW BEDRIJF: ALS MEDEWERKER, PARTNER, LEVERANCIER, KLANT EN ANDERE STAKEHOLDER.

Nu snel uitpakken met een duurzaamheidsverslag waarin u uw goede doelen oplist of uw productieproces groener voorstelt dan het is, keert als een boemerang in uw gezicht terug. Vandaag kent iedereen het fenomeen greenwashing en u wordt er ongemeen hard op afgerekend als u erop wordt betrap.

## ZO HOORT HET

Hoe zorgt u dan wel voor een authentiek mvo-beleid? Belangrijk is dat mvo in de volledige bedrijfsstrategie is opgenomen en breed wordt uitgedragen. In al uw activiteiten – productie, in- of verkoop, distributie, aanwerving, outsourcing enzovoort – moet u systematisch duurzaam ondernemen. Idealiter is dat ook meetbaar.



## TESTIMONIAL PRG PROJECTS **FREDERIC OPSOMER** managing director

PRODUCTION RESOURCE GROUP (PRG), WERELDMARKTLEIDER IN EVENEMENTTECHNOLOGIE EN VERSPREID OVER 72 KANTOREN WERELDWIJD, OPENT DIT JAAR THE GREEN HOUSE IN OOSTENDE. DE AMBITIES ZIJN HOOG: UITGROEIEN TOT HET MEEST TOONAANGEVENDE INTERNATIONALE KENNIS-CENTRUM INZAKE EVENEMENTTECHNOLOGIE. **FREDERIC OPSOMER**, MANAGING DIRECTOR VAN PRG PROJECTS, DE INNOVATIECEL VAN DE MULTINATIONAL, VERKLAPT ALVAST DAT ALLE NIEUWE OPLOSSINGEN UIT DE STAL GROEN ZULLEN KLEUREN.

### “IEDEREEN ZIET DAT INNOVATIE RICHTING SUSTAINABILITY GAAT”

“Binnen onze sector neemt PRG het voortouw in innovatie. Zo hebben we al jaren een team opgericht, Major Tom, dat bestaat uit onder meer ingenieurs en podiumontwerpers, waarmee we tweemaal per jaar samenkomen. Dan onderzoeken en bespreken we de impact van een vervanging van een bepaald onderdeel op een ander onderdeel. Vaak blijkt dan dat een verwachte positieve vernieuwing helemaal niet zo goed uitdraait als gedacht. Omdat we met zo'n klein team erg wendbaar kunnen werken, blijven ontwikkelingen niet in een processie van Echternach steken”, begint Frederic Opsomer.

#### SYSTEMATISCH EN MEETBAAR

Frederic Opsomer: “We zijn dus al een paar jaar sterk bezig met innovatie, sinds 2016 komt daar ook het

duurzame aspect bij. Terwijl dit vroeger eerder toevallig en projectgebonden was, leggen we nu systematisch de focus op sustainability. Want iedereen kan zien dat innovatie onherroepelijk die richting uitgaat. Concreet beogen we op korte termijn, dus minder dan drie jaar, een CO<sub>2</sub>-reductie van 50% bij elke nieuwe ontwikkeling. Geen misse impact op een groep waarin innovatie een hoofdrol speelt. Maar het lukt, dat bewijzen de cijfers – ook gemeten door externe partijen.

Met Spaceframe, ons inklapbaar systeem voor het opstellen en vervoeren van grote videoschermen, bespaarden we alleen al tijdens de laatste tournee van U2 liefst 492 ton CO<sub>2</sub>. En dan praten we over slechts zes maanden, reken maar uit hoe groot de impact nog kan zijn.”



### MONDIAAL KADER EN KAPSTOK VOOR UW BEDRIJF

Als ook u duurzamer wil ondernemen, vormen de 17 Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen of Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties alvast de juiste basis. Alle staats- en regeringsleiders van de 193 VN-lidstaten hebben die in 2015 goedgekeurd. Het zijn de 17 mondiale prioriteiten en ambities met 2030 als deadline. Daarvoor is het volle engagement van de overheid, bedrijven, organisaties én burgers essentieel.

Hoe u dit het best aanpakt – inclusief stappenplan en tips – leest u in onze publicatie: “Verduurzamen van internationaal ondernemen”.

<https://www.flandersinvestmentandtrade.com/nl/publicaties>

## TESTIMONIAL CIFAL FLANDERS **PETER WOLLAERT** directeur

AL MEER DAN VIJF JAAR HELPT CIFAL FLANDERS – HET OPLEIDINGSCENTRUM IN ANTWERPEN VERBONDEN MET DE VERENIGDE NATIES (VN) – BEDRIJVEN EN ORGANISATIES ZOALS BRUSSELS AIRLINES, COLRUYT GROUP, AWDC EN ARGENTA BIJ DE KENNISOPBOUW OM ONDERNEMINGS-ACTIVITEITEN TE VERDUURZAMEN. “DE VN-RESOLUTIE AGENDA 2030 MET DE 17 DUURZAME ONTWIKKELINGSDOELEN OF SDG’S ZIJN GESCHREVEN VOOR POLITICI. DE OMZETTING VAN DIE TEKST NAAR EEN BEDRIJFSCONTEXT, IS NIET ALTIJD VANZELFSPREKEND. WIJ BIEDEN BEDRIJVEN INZICHTEN EN EEN STAPPENPLAN AAN OM ERMEE AAN DE SLAG TE GAAN”, ALDUS **PETER WOLLAERT**, DIRECTEUR BIJ CIFAL FLANDERS.

### “DUURZAAMHEIDSTREVEN MOET GEVOELD WORDEN IN DE HELE ORGANISATIE”

#### **Wat biedt CIFAL Flanders concreet aan?**

Peter Wollaert: “Dat gaat van lezingen en interne workshops – ‘Start-to-SDG’ – tot langlopende opleidingstrajecten – ‘SDG Pioneer’ – waardoor de onderneming in staat is om zélf haar positieve impact en ambitieniveau van het verduurzamingsproces te verhogen. Onze opdracht is om ondernemingen SDG-proof te maken: de bedrijfsstrategie te versterken door ze af te toetsen aan de SDG’s.”

#### **Hoe helpt CIFAL Flanders bij het toepassen van SDG’s?**

Peter Wollaert: “We ontwikkelden een opleidingsprogramma op drie ambitieniveaus. Het begint met het aanduiden van een duurzaamheidscoördinator en een werkgroep met vertegenwoordigers van alle afdelingen van het bedrijf. Er is leiderschap nodig aan de top en draagvlak op de werkvloer. Duurzaamheid gaat verder dan een ecologisch, sociaal en duurzaam financieel beleid. Het gaat bijvoorbeeld ook over goed bestuurlijk beleid, ethische bedrijfspraktijken en mensenrechten. Bij al deze thema’s kan een bedrijf het verschil maken en een maatschappelijke rol spelen en tegelijk zijn bedrijfsstrategie versterken. Duurzaamheid strategisch verankeren is goed voor het zakencijfer.”

#### **Welke Vlaamse bedrijven doen het zeer goed op vlak van mvo en zijn toonaangevend in de wereld?**

Peter Wollaert: “Dat is moeilijk te beantwoorden. Wat voor de ene organisatie een best practice is, kan voor een ander totaal achterhaald zijn. Elke sector hanteert andere sec-

torspecifieke benchmarks en investeert op zijn manier in duurzame innovaties. In internationale rankings worden Vlaamse bedrijven als Umicore, KBC en Colruyt Group vaak genoemd, maar allen hebben ze ook nog blinde vlekken en werkpunten.”

#### **Hoe is het MVI0-stappenplan ontstaan dat jullie delen in de publicatie met FIT?**

Peter Wollaert: “Het stappenplan is geboren uit testcases en pilootprojecten bij bedrijven. Ook binnen FIT was er een stuurgroep. Deze beide invalshoeken zorgen voor een handleiding die én theoretisch sterk onderbouwd is én heel praktisch bruikbaar is in de praktijk.”

#### **Die gids dateert uit 2018. Zijn er intussen andere klemtonen? Zo ja, welke?**

Peter Wollaert: “Uiteraard, de wereld staat niet stil. Zo kwam de milieu- en klimaatproblematiek sindsdien gigantisch hoger op de agenda te staan. Denk aan alle klimaatbetogingen van het afgelopen jaar. Maar ook op het politieke wereldtoneel zijn grote stappen gezet. Zo waren dit jaar de vijf grootste besproken ‘risk topics’ tijdens het Wereld Economische Forum in Davos allemaal klimaatthema’s, een unicum in de geschiedenis. Kortom, we merken dat alles wat in de FIT-publicatie beschreven staat, vandaag in een ijtempo wordt uitgerold. Dus als je twee jaar geleden het stappenplan al hebt gevolgd, heb je vandaag een competitief voordeel, bekeken zowel vanuit risk management als vanuit businessopportunity.”

## OVERTUIGD VAN HET BELANG VAN DUURZAAM ONDERNEMEN IN UW ONDERNEMING?

Ontdek wat CIFAL Flanders voor u kan betekenen via [www.cifal-flanders.be](http://www.cifal-flanders.be).



**SAMENWERKING IN BEELD**

# GENTS AFRIKA PLATFORM (GAP)

## SUB-SAHARAANS AFRIKA KLIMT NAAR WELVAART

DE ECONOMISCHE VOORUITZICHTEN VOOR SUB-SAHARA-AFRIKA KLEUREN AL ENKELE JAREN POSITIEF. OP DE MIDDELLANGE TERMIJN WORDT VERWACHT DAT, MET HET HUIDIGE BELEID, DE GROEI ZAL STIJGEN TOT 4%. OM VLAAMSE EXPORTEURS IN DE REGIO NOG BETER TE ONDERSTEUNEN, SLOEG FIT DE HANDEN IN ELKAAR MET HET GENTS AFRIKA PLATFORM (GAP) VAN DE UGENT. UIT DE SAMENWERKING ONTSPROTEN AL VERSCHILLENDE ACTIES EN EVENTS. **CATHERINE VAN RANSBEECK**, AREAMANAGER AFRIKA BIJ FIT, **JOHAN MALIN**, PROJECTMANAGER INTERNATIONALE FINANCIËLE INSTELLINGEN BIJ FIT, **ANNELIES VERDOOLAEGE** EN **PATRICK VAN DAMME**, GAP-COÖRDINATOREN BIJ UGENT, BLIKKEN TERUG.





## Hoe is de samenwerking tussen FIT en het Gents Afrika Platform (GAP) tot stand gekomen?

**Johan Malin:** "Vroeger waren de 49 landen van Sub-Saharaans Afrika voor de meeste Vlaamse exporteurs een blinde vlek. Uit onderzoek bleek dat ze enkel oog hadden voor Noord- en Zuid-Afrika. Nu Sub-Saharaans Afrika een economische inhaalbeweging maakt, zochten we een academische partnerorganisatie om Vlaamse ondernemers met exportambities in deze regio nog beter te ondersteunen. Dankzij hun jarenlange ervaring ter plaatse bleek GAP de aangewezen partner."

**Patrick Van Damme:** "Binnen elke faculteit van de Universiteit Gent loopt wel een project in of over Sub-Saharaans Afrika: van de faculteit letteren en wijsbegeerte tot de bio-ingenieurswetenschappen. We wilden al deze expertise bundelen en zo ontstond in 2007 het Gents Afrika Platform (GAP). In de eerste plaats is GAP een academisch platform, maar we zochten een manier om onze expertise ook tot bij de bedrijven te brengen. Zo kwam FIT in 2014 als partner uit de bus."

## Wat maakt het partnerschap zo belangrijk voor jullie?

**Annelies Verdoolaeghe:** "Voor ons telt vooral dat we onze kennis rond bepaalde domeinen zoals tropische landbouw, agrobiodiversiteit en waterbeheer met de bedrijfswereld kunnen delen. Veel exportmanagers en bedrijfsleiders hebben gestudeerd aan de Universiteit Gent, maar nadien valt het contact vaak stil. Door samen met FIT netwerkevents te organiseren en deel te nemen aan zendingen, ontdekken bedrijven wat we hen kunnen bieden."

**Catherine Van Ransbeeck:** "Bovendien heeft GAP door de jaren heen een uitgebreid netwerk opgebouwd in Sub-Sahara-Afrika. Niet alleen met lokale overheidsdiensten, universiteiten en onderzoekscentra, maar ook via zijn alumni die terugkeerden naar hun land van oorsprong en een carrière uitbouwden bij de overheid, onderzoekscentra of private sector. Die contacten uit de praktijk zijn heel nuttig voor zowel ervaren als startende Vlaamse exporteurs met ambities in de regio."

## Over welke samenwerkingen tussen de academische en de bedrijfswereld spreken we?

**Johan Malin:** "Dat gaat heel concreet. Zo kan een leverancier van drones rond de tafel gaan zitten met een universiteit die expertise heeft in de precisielandbouw. Wanneer je als onderneming dan meedingt naar een grootschalige overheidsopdracht, maak je veel meer kans dankzij een sterk onderbouwd dossier. Instellingen zoals de Wereldbank en de EU krijgen bovendien liever een goed uitgewerkte totaaloplossing dan dat ze met individuele experts en leveranciers moeten onderhandelen."

**Patrick Van Damme:** "Tijdens een van onze netwerkevents – mede georganiseerd door FIT – vroeg een Vlaamse ondernemer ons vorig jaar om hem te adviseren bij een groot landbouwproject in Sierra Leone. Recent zaten we ook samen met een ngo die maandverbanden wil vervaardigen uit bamboevezels in West-Afrika."

## Welke acties en events staan er in 2020 op de gezamenlijke agenda?

**Catherine Van Ransbeeck:** "We plannen groepszakenreizen naar Sierra Leone en Liberia waarbij GAP als co-organisator mee het programma opstelt. De zendingen worden voorafgegaan door een infoseminarie, waarbij we samen deelnemers informeren over kansrijke sectoren en mogelijke doelgroepen. Ook tijdens de Belgische economische missie naar Senegal onder leiding van prinses Astrid tekent UGent present."

## Wat zijn de kansrijke sectoren voor export naar Sub-Saharaans Afrika?

**Johan Malin:** "In minder ontwikkelde landen zoals Liberia en Sierra Leone voeren vooral basisinfrastructuur, voeding en gezondheidszorg de boventoon. Tegelijk groeit de aandacht voor groenere thema's, zoals waterrecyclage, afvalbeheer en hernieuwbare energie."

**Patrick Van Damme:** "Ook tropische landbouw, havens en transport bieden mooie opportuniteiten. Ter voorbereiding van de groepszakenreizen naar Liberia en Sierra Leone, stellen we opnieuw met veel plezier onze contacten open voor Vlaamse bedrijven."

## UW EXPORTACTIVITEITEN UITBREIDEN NAAR SUB-SAHARAANS AFRIKA?

Surf naar [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) voor meer acties en events van FIT. Neem contact op met de provinciale FIT-kantoren voor advies. Zij brengen u dan in contact met de juiste lokale experts.



## HOE DOE IK AAN KLANTENBINDING IN HET BUITENLAND?

### 5 TIPS OM VAN UW INTERNATIONALE KLANTEN AMBASSADEURS TE MAKEN

BIJ ONDERNEMERS KLINKT 'GOED, WEER EEN NIEUWE KLANT!' VAAK BETER DAN 'GOED, WEER EEN KLANT BEHOUDEN!'. TOCH IS KLANTENBINDING MINSTENS EVEN BELANGRIJK ALS KLANTENWERVING. EEN TEVREDEN KLANT KOMT NIET ALLEEN TERUG, HIJ LEVERT OOK NIEUWE KLANTEN AAN ÉN VERDEDIGT UW MERK. MET ANDERE WOORDEN: MEER WINST EN EEN BETERE NAAMBEEKENDHEID EN REPUTATIE.

EEN BESTAANDE  
KLANT BEHOUDEN  
IS TOT 25 KEER  
GOEDKOPER  
DAN EEN NIEUWE  
BINNENHALEN.



# 5 TIPS

## 1. SCHEP HAALBARE EN CORRECTE VERWACHTINGEN

Eerlijkheid duurt het langst. Een klant onthoudt negatieve ervaringen veel langer dan positieve, dus creëer van bij het eerste klantencontact de juiste verwachtingen. Maak geen beloftes die u niet kan waarmaken in de hoop een deal te sluiten. Beter nog: draag eerder 'under-promise and over-deliver' hoog in het vaandel. Hoe? Vermeld bijvoorbeeld dat u binnen de 7 dagen levert, ook al weet u dat u doorgaans maar enkele dagen nodig heeft. Doe dat wel doordacht, want een te beperkt engagement jaagt klanten weg.

## 2. ZIE KLACHTEN ALS KANSEN

Elke klacht is een gelegenheid om aan uw klanten te bewijzen dat zij op de eerste plaats komen. Meer zelfs, slaagt u erin een ongemak of fout snel recht te zetten, dan verhoogt de loyaliteit van uw klanten aanzienlijk. Of ga een stap verder en maak van klachtenbehandeling een middel om uw algemene dienstverlening te optimaliseren. Dat doet u zo:

- maak het niet nodeloos ingewikkeld voor gebruikers om hun mening te uiten;
- track via een CRM-systeem welke klachten en opmerkingen geregeld terugkomen;
- leg de dieper liggende redenen voor de klacht bloot;
- koppel terug naar uw klant met een oplossing of een actieplan voor de toekomst.

## 3. MEET UW KLANTENTEVREDENHEID

Het merendeel van uw klanten klaagt niet na een slechte ervaring, maar komt simpelweg niet meer terug. Daarom houdt u het best de vinger aan de pols met een periodiek klantenonderzoek. Alleen zo bepaalt u of uw diensten voldoen aan de verwachtingen van uw klanten en grijpt u tijdig in als dat niet zo is. Dat hoeft geen fortuin te kosten: via e-mail, sociale media en uw website kan u snel klanten naar hun ervaringen en wensen vragen. Vergeet niet om na het meten ook de antwoorden te analyseren.

## 4. CREËER EEN STRUCTURELE BAND

Met een goede, trouwe relatie wordt het moeilijker voor klanten om een alternatieve weg in te slaan. Met producten of diensten op maat zet u alvast een stap in de goede richting. Daarnaast kan u er bijvoorbeeld voor kiezen om via abonnement- of contractformules te werken. Ook getrouwheidsprogramma's bieden opties om loyaal gedrag te stimuleren. Blijft uw internationale klant u gedurende lange tijd trouw, dan maakt hij kans op een mooie korting of leuke extra. Extra tip: betrek uw klanten zo mogelijk bij uw toekomstplannen. Vaak moet u eerst vertrouwen geven om vertrouwen te krijgen.

## 5. GEBRUIK SOCIALE MEDIA

Sociale media zoals Twitter, LinkedIn en Facebook zijn ideale tools voor internationale klantenbinding. Een greep uit de mogelijkheden:

- **DELEN** – meer dan 60% van de consumenten zegt dat gedeelde waarden de hoofdreden zijn om voor een bepaald merk te kiezen. Post daarom content via uw kanalen die uw waarden onderstrepen.
- **BEDANKEN** – laat klanten na een aankoop weten dat u hun interesse waardeert. Die waardering kan u ook uiten door hun kanalen te volgen en hun posts geregeld te delen.
- **BELONEN** – organiseer onlinecompetities waarbij u volgers belooft: van fotowedstrijden over originele quizvragen tot ideeënverving.
- **REAGEREN** – als klanten en fans u vermelden, is het een kleine moeite om hun post te liken of te antwoorden. Zo laat u hen meteen weten dat ze in uw ogen geen nummer zijn.
- **LUISTEREN** – waar zijn uw klanten mee bezig? Welke diensten vallen het meest in de smaak? Hoe ervaren ze uw merk? Allemaal vragen waar u de antwoorden op vindt via sociale media.

## NOG VRAGEN ROND SUCCESVOL EXPORTEREN?

Download onze gids '101 veelgestelde vragen over internationaal ondernemen' via [www.flandersinvestmentandtrade.be/nl/publicaties](http://www.flandersinvestmentandtrade.be/nl/publicaties).



# VLAAMSE ARCHITECTEN VAN ZEEWIERBOERDERIJEN RICHTEN PIJLEN OP IEC ACCELERATOR

ZEEWIER IS HET GROENE GOUD. DE GLIBBERIGE PLANTEN ZIJN IMMERS BREED INZETBAAR: VAN VOEDSELBRON TOT BIOBRANDSTOF. HOEWEL HET POTENTIEEL DUS ENORM IS, STAAT DE INDUSTRIËLE OFFSHOREKWEK VAN ZEEWIER NOG IN DE KINDERSCHOENEN. DAAR HEEFT ATSEANOVA IETS OP GEVONDEN. DE OOST-VLAAMSE PIONIERS ONTWERPEN ALS ENIGE IN DE WERELD SLEUTEL-OP-DE-DEURBOERDERIJEN. “OM DAT CONCEPT VERDER TE COMMERCIALISEREN EN INTERNATIONALISEREN, NEMEN WE DEEL AAN HET EUROPESE SUBSIDIEPROGRAMMA IEC ACCELERATOR”, ZEGT **PATRICE VANDENDAELE**, BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER BIJ ATSEANOVA. “EEN HEEL LEERRIJK PROCES.”

Voor het ontstaan van AtSeaNova moeten we terug naar 2012. Toen sloegen vijf partners de handen in elkaar voor het Europese ontwikkelingsproject At Sea. Zo ontwikkelde Leeuw van de Export 2019 Sioen het textiel en zorgde Devan Chemicals ervoor dat de zeewierzaden aan de doeken bleven plakken. “In 2015 liep het project af en viel alles stil”, zegt Patrice Vandendaele, toenmalig CEO van Devan Chemicals. “Daarom lanceerden we een commerciële spin-off. Die biedt klanten uit alle uithoeken van de wereld een onestopshop voor zeewier aan onder de naam AtSeaNova.”

### WATER, LICHT EN TECHNOLOGIE

“Vóór het project At Sea wist ik nagenoeg niets over zeewier”, geeft Patrice Vandendaele toe. “Maar ik was meteen overtuigd. Ten eerste heeft het een grote ecologische meerwaarde. Ter illustratie: 1 hectare zeewier neemt 60 ton CO<sub>2</sub> per jaar op. Daarnaast kan je het gebruiken in talrijke toepassingen, zoals biobrandstof, bioplastic, diervoeder, cosmetica en farmaceutica. Het enige wat je daarvoor nodig hebt: water en licht. En de juiste technologie, maar daar zorgt AtSeaNova voor. We krijgen dan ook aanvragen van Scandinavië tot Nieuw-Zeeland. Overal waar er een kustlijn is, doen zich kansen voor.”



Advies voor uw onderneming binnen handbereik



## LIMIETEN OVERSTIJGEN

"In functie van de locatie en het type zeewier ontwerpen we industriële offshoreboerderijen op maat. Daarna is het aan de klant. Zo ligt er nu een proefboerderij voor de kust van Nieuwpoort en komt er binnenkort een nieuwe boerderij van twee hectare tussen de windmolens in de Belgische Noordzee. Maar we helpen evengoed ambachtelijke zeewierboeren in Zuidoost-Azië. Door het toepassen van onze technologie stijgt hun productiviteit tot 800%. Hoewel de interesse dus groot is, lopen we al te vaak tegen onze eigen limieten aan. Daarom besloten we om deel te nemen aan EIC Accelerator, het steunprogramma van de Europese Commissie dat het voormalige SME Instrument opvolgt."

## FORMULE MET DUBBELE HEFBOOM

"Via EIC Accelerator kan je als kmo zowel subsidies als cofinanciering aanvragen voor een totaal van liefst 17 miljoen euro. Let wel: 30% van de aangevraagde steun moet je zelf kunnen inleggen. Bovendien geldt het programma enkel voor innovators die zich al in een vergevorderd stadium bevinden – Technology Readiness Level 7 en hoger. Wij vragen bijvoorbeeld geld aan voor de serieproductie van ons prototype, het aanwerven van extra personeel en de standaardisering van onze oplossing. De cofinanciering moet vooral het internationale en commerciële verhaal stimuleren."

"INVESTEERDERS AANTREKKEN IS HEEL MOEILIK ZONDER OPMERKELIJKE CIJFERS OF NAAMSBEKENDHEID, MAAR EIC ACCELERATOR BIEDT EEN UITWEG."

## INTERESSANTE DENKOEFFENING

"EIC Accelerator is bijzonder competitief. Jaarlijks zijn er 4 sessies en die trekken elk zowat 2.000 kmo's aan. Per keer haalt slechts een 50-tal spelers de gevraagde steun binnen. Het moeilijkste is om een sterk dossier samen te stellen. Je hebt 30 pagina's om je technologie, businessplan en mogelijke impact te omschrijven. Dat is niet veel. Een mondelinge verdediging – de volgende fase als je de schriftelijke proef doorstaat – lijkt mij makkelijker. Het voordeel is dan weer dat het programma je verplicht om je ideeën en visie nauwkeurig te formuleren. Het is dus zeker geen verloren tijd. Bovendien mag je zo vaak deelnemen als je wil."

## ANDER EN BETER

"Onze eerste deelname leverde niet het verhoopte resultaat op, maar we houden de moed erin. Van het programma krijg je immers een beoordeling. Voor een totaal van 20 standaardvragen geeft de jury je een score op 5. Dat gaat bijvoorbeeld over de ecologische of sociale impact van je bedrijf, de innovatiegraad van je technologie en je plan tot implementatie. Zo zie je snel waar het schoentje wringt. We proberen onze werkpunten nu te verbeteren of duidelijker te omschrijven. Daarna doen we graag weer mee, mét de steun van Enterprise Europe Network."

"HET PROGRAMMA VERPLICHT JE OM JE DROOM STRUCTUUR TE GEVEN."

## BEGELEIDING VAN A TOT Z

"Het Enterprise Europe Network begeleidde ons van bij het begin. Ze gaven advies over hoe we het dossier moesten schrijven en bekeken onze tekst grondig vóór we hem indienden. Op basis van die feedback beslisten we om bepaalde aspecten meer of minder te benadrukken. We zijn de adviseurs van Enterprise Europe Network daarvoor heel dankbaar. Zonder hen was het onbegonnen werk. En haal je de mondelinge pitch, dan bereiden ze die met jou voor als sparringpartner. Hopelijk kunnen we na onze tweede deelname samen klinken op een geslaagde afloop!"

MIJN ADVIES? SPREEK MET KMO'S DIE HET AL HAALDEN ÉN LAAT JE BEGELEIDEN DOOR ENTERPRISE EUROPE NETWORK.

## ZELF EEN DOSSIER INDIENEN VOOR EIC ACCELERATOR?

Neem contact op Magali Parent van Enterprise Europe Network Vlaanderen via 02 432 42 42 of [magali.parent@vlaio.be](mailto:magali.parent@vlaio.be).

# KALENDER

## UITGELICHT

### TREFDAG

## Vlaams-Nederlandse Handelsdag 2020 - Turnhout

19 mei 2020

Als buurland blijft Nederland aantrekkelijk voor Vlaamse bedrijven om internationale ervaring op te doen. Maar ook voor meer ervaren exporteurs blijft het goed zakendoen bij onze noorderburen. Kom frisse ideeën opdoen over deze interessante buurmarkt. Ontdek hoe u Nederland het best bewerkt en leg contacten met lokale experts en ondernemers. Misschien vindt u er wel meteen de juiste zakenpartner.

### Waarom deelnemen?

- kennisoverdracht tijdens plenaire workshops met ervaringsdeskundigen over diverse aspecten van het zakendoen in Vlaanderen en Nederland;
- netwerken met kennis- en dienstenleveranciers uit Vlaanderen en Nederland op het netwerkplein;
- één-op-één ontmoetingen tussen Vlaamse en Nederlandse ondernemers.

### Voorlopig programma (van 11.30 uur tot 18.00 uur)

- ontvangst en registratie
- plenaire opening
- lunch op het netwerkplein
- 4 parallelle plenaire workshops
- matchmaking tussen Vlaamse en Nederlandse bedrijven op basis van hun profiel
- afsluitende quiz
- netwerkborrel

### B2b-matchmaking

In samenwerking met het European Enterprise Network worden Vlaamse en Nederlandse bedrijven op basis van hun profiel via een b2b-database gekoppeld voor individuele gesprekken. De focus ligt op startende-doorstartende MKB-kmo-exporteurs – een beslissing die stoelt op onze ervaringen uit vorige edities en op input van de samenwerkende partijen.


Meer info vindt u op <https://vlaamsnederlandsehandelsdag2020.b2match.io/home>.

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 19 mei 2020 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Ilke Bliki op +32 2 504 88 21 of [ilke.bliki@fitagency.be](mailto:ilke.bliki@fitagency.be)

## INSCHRIJVEN?

[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)



HET CORONAVIRUS (COVID-19) HEEFT EEN  
GROTE IMPACT OP UW EN ONZE WERKING.  
FIT MONITORT DE RISICO'S DAGELIJKS EN ONS  
BUITENLANDS NETWERK INFORMEERT U OVER  
ALLE IMPLICATIES OP UW ACTIVITEITEN.

DE LAATSTE STAND VAN ZAKEN  
VINDT U OP  
**WWW.EXPORTADVIES-CORONA.BE.**

## BEURZEN

### 1 TAIPEI FOOD

**17 tot en met 20 juni**

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 15 mei 2020 op  
[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Linda Huybrecht op +32 2 504 88 37  
of [linda.huybrecht@fitagency.be](mailto:linda.huybrecht@fitagency.be)

### 2 WETEX – DUBAI

**26 tot en met 28 oktober**

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 5 mei 2020 op  
[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Sara Caudron op +32 2 504 87 60 of  
[sara.caudron@fitagency.be](mailto:sara.caudron@fitagency.be)

### 3 ENLIT 2020 – MILAAN

**27 tot en met 29 oktober**

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 30 april 2020 op  
[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Sara Caudron op +32 2 504 87 60 of  
[sara.caudron@fitagency.be](mailto:sara.caudron@fitagency.be)

## VRAGEN OVER INTERNATIONAAL ONDERNEMEN?

### STEL ZE AAN ONZE PROVINCIALE KANTOREN!

**Antwerpen** > 03 376 12 10

[antwerpen@fitagency.be](mailto:antwerpen@fitagency.be)

**Limburg** > 011 29 20 80

[limburg@fitagency.be](mailto:limburg@fitagency.be)

**Oost-Vlaanderen** > 09 276 19 30

[oostvlaanderen@fitagency.be](mailto:oostvlaanderen@fitagency.be)

**Vlaams-Brabant** > 016 66 56 00

[vlaamsbrabant@fitagency.be](mailto:vlaamsbrabant@fitagency.be)

**West-Vlaanderen** > 050 24 74 10

[westvlaanderen@fitagency.be](mailto:westvlaanderen@fitagency.be)



# LEEUV VAN DE EXPORT 2020

FLANDERS INVESTMENT & TRADE



Bart Swinnen, CEO Luminex  
Winnaar Leeuw van de Export 2019

## Schuilt er ook een leeuw in u?

Dan maakt u een goede kans om de Leeuw van de Export 2020 te winnen, de belangrijkste exportprijs van Vlaanderen, uitgereikt door Flanders Investment & Trade.

Een prijs die nog meer deuren opent. Maak dus meteen werk van uw kandidatuur en grijp uw kans om uw bedrijf een flinke duw in de rug te geven.

**Dien uw dossier in voor 31 mei 2020  
en treed in de voetsporen van Luminex en Sioen.**

Alle info op [LEEUVVANDEEXPORT.BE](http://LEEUVVANDEEXPORT.BE)

