

WERELDWIJS

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

133

09 \ 2020

LETLAND
KLEINE MAAR FIJNE
EXPORTBESTEMMING

ZÙSTO
GEZOND GENIETEN
VAN ZOET

LEEUWENSPECIAL

EDITO

EXPERTISE ZO DIEP ALS DE ZEE,
MAAR VLAAMSE BEDRIJVEN
BLIJVEN NOG VEEL TE BESCHIEDEN.

Beste lezer,

In Vlaanderen, een van de meest open economieën ter wereld, vormen export en buitenlandse investeringen de levensaders. Als die sputteren, groeien onze bedrijven niet langer, creëren ze bijgevolg geen extra jobs en welvaart meer en daalt het algemene welzijn. Zo houdt de coronacrisis de internationale handel al maanden in een greep en het einde is nog niet in zicht. Alsmear vaker zullen landen hun eigen markten beschermen, de strijd om een plek op de internationale handelsvloer zal nog feller woeden.

Het wordt dus zaak om het Vlaamse economische weefsel duurzaam te versterken en Vlaanderen met scherpe internationale focus te positioneren. Want onze bedrijven draaien mee aan de wereldtop. Vlaamse expertise zet de standaard in tal van technologische innovaties. Dat moeten we nog veel meer en luider naar buiten brengen. Daarom versterken we samen met onze partnerorganisaties ons buitenlandse netwerk van vier naar tien Science & Technology Offices. Die richten we op in technologische hotspots zoals Kopenhagen, Londen en Parijs, en ze zullen focussen op Digital Tech, Health Tech en Climate Tech. Niet toevallig zijn dat expertisedomeinen waar Vlaanderen sterk in staat en antwoorden mee biedt op de socio-economische uitdagingen van vandaag. #TechMakesFlandersTick is geen holle leuze.

Ook met onze Leeuw van de Export, dit jaar al de 19e op rij, zetten we onze exportkampioenen in de kijker. Hoewel de winnaars een wereldwijd bereik krijgen, ligt het zwaartepunt van de media-aandacht in Vlaanderen. Want onze Leeuwen zijn niet alleen de crème de la crème in export, ze zijn evenzeer een bron van inspiratie en een rolmodel voor aspirerende Vlaamse exporteurs. Zodat ook in de toekomst onze economische levenslijnen verzekerd zijn van een vlotte doorstroming en duurzame groei.

Claire Tillekaerts
Gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade



COLOFON

WERELDWIJS IS EEN UITGAVE VAN

FLANDERS INVESTMENT & TRADE

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

www.flanderstrade.be
wereldwijs@fitagency.be

www.linkedin.com/company/flandersinvestmentandtrade

twitter.com/FlandersTrade

09\2020 **133**

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

Bart Lasuy, Imagedesk.be,
Getty Images en Shutterstock

LAY-OUT EN DRUK

Vanden Broele Productions

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

WERELDWIJS

wordt gratis verspreid onder bedrijven.

WENST U EEN EXEMPLAAR?

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





IN GESPREK MET ZÛSTO

30% VAN DE
INWONERS IN HET
MIDDENOOSTEN IS
DIABEET. VANDAAR
DE GROTE
INTERESSE IN
ZÛSTO.

12 DOSSIER

LETLAND

Een kleine maar fijne exportbestemming

8 TELEX

18 SCIENCE & TECHNOLOGY
COORDINATOR

21 LEEUW VAN DE EXPORT 2020
GENOMINEERDEN EN SPONSORS

36 MARKTINFO

40 BREXIT

44 ENTERPRISE EUROPE NETWORK

46 KALENDER

ID

Zusto in cijfers

Sector: voeding

Producten en diensten: suikervervanger

Oprichting: 2016

Hoofdzetel: Mechelen

Team: 5 medewerkers

Omzet in 2019: 375.000 EUR

Exportaandeel in omzet 2019*: 40%

www.zusto.com

* Omvat periode voor de kapitaalinjectie en voor het nieuwe management aan boord kwam.





ZÛSTO

HELPT ONS GEZOND GENIETEN VAN ZOET

VAN DE WERELDBEROEMDE PATISSERIE DELREY EN HET BEFAAMDE COMME CHEZ SOI TOT HET BEKENDSTE VIJFSTERRENHOTEL IN DUBAI: ALLEMAAL ZIJN ZE FAN VAN ZÛSTO. DE SUIKERVERVANGER VAN DE GELIJKNAMIGE MECHELSE ONDERNEMING BESTAAT AL EEN AANTAL JAREN EN KREEG EIND 2019 EEN CRUCIALE NIEUWE IMPULS. EEN KLEIN MAAR ERVAREN EN SUPERGEMOTIVEERD TEAM WERKT HARD OM DE HELE WERELD TE LATEN KENNISMAKEN MET DIT BUITENGEWONE ALTERNATIEF VOOR SUIKER.

Het verhaal van ZÛsto is niet nieuw. Het begint eigenlijk al in 2008, toen een doctoraatstudente bio-ingenieur op zoek ging naar een suikervervanger voor kankerpatiënten. Ze ontwikkelde een product op basis van maïs- en chicoreivezels dat 75% minder calorieën bevat dan suiker, maar wel dezelfde smaak en textuur heeft. De feedback was zo lovend dat ze besloot om het recept te patenteren en het product in de markt te zetten. Een aantal foute zakelijke beslissingen stonden het succes jarenlang in de weg. In oktober 2019 kwam **Nico Renmans** aan het roer van ZÛsto. Hij omringde zich met ervaren ondernemers en is vastberaden om de internationale doorbraak te garanderen van wat hij ZÛsto 2.0 noemt.

ONTZETTEND VEEL POTENTIEEL

Hoe maakte u kennis met ZÛsto?

Nico Renmans: "25 jaar lang was ik in de familiezaak Groep Renmans actief. De laatste jaren verschilde mijn visie over de toekomst van onze sector en groep meer en meer van die van mijn broer. Ik besliste om uit de zaak te stappen, weliswaar in zeer goede verstandhouding met mijn broer. Kort daarna kruiste ZÛsto onverwachts mijn pad: Thierry Huion, een van de aandeelhouders, is een kennis van mij. Hij zocht ondersteuning om ZÛsto verder te ontwikkelen en te commercialiseren. Zo kwam ik toch weer in de voedingssector terecht."

U stapte niet meteen in een goed geoliede machine?

Nico Renmans: "We moeten er geen doekjes om winden: voor Thierry in 2016 in het ZÛsto-verhaal stapte, zijn er fouten gebeurd. Thierry en zijn vennoot Wouter Huybrechts hadden een licentie van de ZÛsto-suikervervanger gekocht, maar ontdekten dat zij niet de enigen waren. Drie jaar lang zaten ze in

procedures verwickeld om de exclusieve rechten en patenten te krijgen. Dat is gelukt, maar het was een uitputtingsslag. Vandaar zijn vraag naar financiële ondersteuning en advies."

Vanwaar uw drive om uw schouders onder dit project te zetten?

Nico Renmans: "Ik zag een product met ontzettend veel potentieel. In mijn dichte familie zijn er een paar diabetici en ik weet welke beperkingen dat met zich meebrengt. Zij hadden al wat suikervervangers geprobeerd, maar werden telkens teleurgesteld. Over ZÛsto is iedereen enthousiast: het smaakt net als suiker en je kan het een-op-een gebruiken in elk recept. Meer nog, ZÛsto zit vol natuurlijke voedingsvezels uit maïs en chicorei. Een schepje ZÛsto is gezonder dan een appel. En het leidt niet tot tandbederf. Geen enkele andere suikervervanger heeft die unieke eigenschappen. Voor mij voelde dit een beetje als een missie: de wereld laten kennismaken met dit fantastische product, om zo het verbruik van suiker terug te dringen. Voor ik aan boord kwam, had ZÛsto trouwens wel al een schare fans

75%

ZÛSTO BEVAT 75% MINDER
CALORIEËN DAN SUIKER, MAAR
HEEFT WEL DEZELFDE SMAAK
EN TEXTUUR.

opgebouwd, overal ter wereld. Dat was een belangrijk argument om in het bedrijf te stappen."

KLEIN TEAM, GROTE REFERENTIES

Hoe begint u daarmee, een bedrijf weer op de rails krijgen?

Nico Renmans: "Eerst en vooral door een ervaren team samen te stellen. Thierry François hielp ons om financieel alle zaken op orde te krijgen en is nu parttime CFO. Hij heeft decennia ervaring in de bankwereld, vooral met private equity: hij beheert de portefeuille van een aantal grote Belgische families. Dat betekent dat hij ook de wereld van start-ups kent, het potentieel van een onderneming kan inschatten en weet hoe je waarde creëert. Samen met hem werkte ik een financieel en een businessplan uit en brachten we de due diligence in orde. Om de sales op gang te trekken, haalden we Geert De Bauw in huis. Hij had al een tijdje voor Zùsto gewerkt en heeft tonnen ervaring in internationale sales."

Zùsto is dus een heel klein team?

Nico Renmans: "Absoluut. Klanten schrikken daar soms van. Maar we omringen ons met heel professionele partners. De meeste processen besteden we uit: van marketing en logistiek tot productie. Zùsto werd vroeger enkel in Tilburg, Nederland, geproduceerd. We werken ondertussen ook samen met een leverancier in Gent, die vooral de grote industriële verpakkingen produceert. De ene productievestiging kan als back-up dienen voor de andere. Dat is een cruciaal argument in prospectiegesprekken: Zùsto kan continuïteit garanderen. We worden trouwens ook ondersteund door een aantal wetenschappers o.a. van de Universiteit Gent die gespecialiseerd zijn in voedingstechnologie en endocrinologie. Zij hebben onze ingrediënten en productsamenstelling kritisch bestudeerd. Ook de diabetesafdeling van het UZ Brussel heeft ons product getest en positief bevonden."

30%
VAN DE INWONERS
IN HET MIDDEN-
OOSTEN IS DIABEET.
VANDAAR DE GROTE
INTERESSE IN ZÙSTO.

VOOR MIJ VOELDE DIT ALS
EEN MISSIE: DE WERELD
LATEN KENNISMAKEN MET DIT
FANTASTISCHE PRODUCT, OM
ZO HET VERBRUIK VAN SUIKER
TERUG TE DRINGEN.



FOCUS OP INDUSTRIËLE KLANTEN

Wat is jullie voornaamste doelgroep? Mikken jullie zowel op b2b als b2c?

Nico Renmans: "In ons businessplan hebben we als target 80% b2b en 20% b2c vooropgesteld. Voor consumenten is er een webshop die goed loopt. Waar mensen in het begin vooral één pakje van 1 kg bestelden, versturen we nu grotere hoeveelheden. Consumenten proberen onze suikervervanger dus uit, zijn tevreden en slaan een voorraad in. Ook een aantal foodbloggers begonnen spontaan met Zùsto te experimenteren en vernoemen ons product in hun recepten."

Ondertussen staat Zùsto ook in de winkelrekken?

Nico Renmans: "Sinds kort vind je het bij Colruyt en Makro. Met Delhaize zijn we in januari beginnen onderhandelen, maar door de coronacrisis zijn die gesprekken uitgesteld. Ook in het buitenland zoeken we distributeurs om de retailmarkt te benaderen. Voorlopig hebben we al voet aan de grond in het VK en de Arabische wereld (o.a. Dubai). Bij industriële klanten

buiten de retail prospecteren we zo veel mogelijk zelf. Zij zijn onze belangrijkste focus: zij bestellen Zùsto immers in tonnen waar consumenten pakjes van 1 kg kopen. Maar consumenten zijn natuurlijk wel een belangrijke hefboom."

NIEUW PRODUCT, NIEUWE BRANDING

Hoe benaderen jullie de fabrikanten wereldwijd?

Nico Renmans: "We nemen persoonlijk contact op. Dat gaat best vlot: de bestaande internationale referenties zoals Comme Chez Soi, DelRey, de Cheesecake Factory en Danone openen veel deuren. Na een eerste gesprek sturen we stalen op en hopen we dat de prospect Zùsto uitprobeert. Gaan we bij een prospect langs, dan nemen we hun eigen nagerecht mee als traktaat, bereid met Zùsto door meesterbanketbakker Vincent Bulteel. De feedback is steevast positief. Wat niet betekent dat we meteen een container Zùsto kunnen uitvoeren. Tussen de eerste contacten en het moment dat een product met Zùsto op het schap ligt, zitten maanden of zelfs jaren. Dat hebben we, moet ik toegeven, onderschat."

Wat maakt het zo moeilijk om Zùsto in een voedingsketen te introduceren?

Nico Renmans: "Producenten moeten onze suikervervangers niet alleen uitvoerig testen, ze moeten ook een nieuw product in de markt zetten. Chocolade met Zùsto, bijvoorbeeld, smaakt wel hetzelfde en ziet er precies

hetzelfde uit, maar is in se een ander product. Daar is dus een ander marktpositionering voor nodig. Sowieso moet een producent zijn product met ZÛsto trouwens als een exclusiviteit of nicheproduct verkopen om de hogere prijs te verantwoorden. Momenteel zoeken we naar manieren om producten te co-branden met het label 'Made with ZÛsto'. Dat kan voor zowel ons als onze klanten een verkooptroef zijn."

VOORLOPIGE FOCUS OP HET MIDDEN-OOSTEN

Wat zijn jullie belangrijkste internationale markten?

Nico Renmans: "Tot nu toe vooral het Midden-Oosten. Desserts in het Midden-Oosten zijn mierzoet. Dat leidt tot veel suikerziekte – 30% van de inwoners is er diabetes – en obesitas. Vandaar de grote interesse in ZÛsto."

Hoe bouwen jullie die markt uit?

Nico Renmans: "Face-to-facecontact is er erg belangrijk. Daarom trokken we begin dit jaar met zijn drieën naar Gulfood, de grootste voedingsbeurs in het Midden-Oosten. Voor een beursstand waren we te laat, dus we hebben onze koffers volgestouwd met pakjes ZÛsto en zijn op het vliegtuig gestapt. Ter plaatse hebben we de pakken uitgedeeld op de beurs en in horecazaken. Zo kwamen we in contact met de chef-pâtissier van Atlantis The Palm, het grootste hotel in Dubai. Hij wil een van zijn zeven restaurants volledig suikervrij maken met ZÛsto. De coronacrisis zette die plannen even on hold, maar we hopen dat dit snel weer wordt opgepikt."

Lonken jullie ook naar de VS?

Nico Renmans: "De VS en Canada staan inderdaad op onze radar. De Cheesecake Factory, een grote speler daar, is al even klant. De voorbije maanden hebben we drie containers naar hun productievestiging in California verscheept. Langzaam bouwen we in de VS dus aan onze contacten. Gek genoeg hebben we voorlopig eigenlijk vooral grote referenties buiten Europa. Daar zit wel een verklaring achter. In het Midden-Oosten en Amerika kan een koekjesproducent makkelijk een ingrediënt in een product vervangen. Europese bedrijven die koekjes maken, vallen in de sector 'fine bakery'. Vervangen ze suiker door ZÛsto, dan kunnen ze die titel niet meer claimen. Voor ijsroom en chocolade gaat dat gelukkig wel makkelijker."

Op de consumentenverpakkingen staat expliciet 'Made in Belgium'. Is dat een bewuste keuze?

Nico Renmans: "België is synoniem voor kwaliteit, niet in het minst in de voedingssector. We staan toch wereldwijd bekend voor onze chocolade, bijvoorbeeld."

TIPS VOOR SUCCESVOLLE EXPORT

Wat zijn jullie grootste uitdagingen op het vlak van export?

Nico Renmans: "We zijn actief in de voedingssector. Dat betekent een strenge regelgeving die sterk verschilt van land tot land. Voor elk land hebben we andere certificaten en invoerlicenties nodig. Dat maakt het ontzettend complex. FIT helpt ons daar gelukkig bij. Ze hebben ons niet enkel financieel gesteund voor onze prospectietrip naar Dubai, maar we kunnen ook altijd bij hen aankloppen met vragen of als er exportperikelen zijn – wat toch wel soms gebeurt."

Hebben jullie tips voor een startende exporteurs?

Nico Renmans: "Zorg dat je over de juiste patenten beschikt en de nodige uitvoerdocumenten en certificaten hebt. Ga te rade bij organisaties zoals FIT, Voka of zelfs een advocatenkantoor om je daarbij te helpen. Stap ook goed voorbereid naar de markt, met een ervaren team. Geert, onze salesman, heeft een tijd in Dubai gewoond en kent die markt als geen ander. Thierry en ikzelf hebben decennia ervaring in ons vak en vullen elkaar perfect aan. Ervaring is een grote troef als je succesvol zaken wil doen. En er is ook een forse dosis durf nodig. Waren we in januari het Atlantis Palm-hotel niet binnengestapt met onze pakjes ZÛsto, dan hadden we die chef-pâtissier nooit kunnen overtuigen. Maar een goed product is natuurlijk wel de allereerste vereiste. Wie succesvol wil exporteren, moet een buitengewoon product hebben. Liefst een nicheproduct."

Van het product lijken jullie alvast overtuigd. Wat zijn de ambities van ZÛsto?

Nico Renmans: "We willen ons assortiment op korte termijn uitbreiden en natuurlijk ook groeien. In ons businessplan hebben we een jaarlijkse verdubbeling van onze omzet vooropgesteld. Zelfs ondanks de coronacrisis zal dat in 2020 zeker lukken, want er zitten veel

contracten in de pipeline. Hoe ver onze ambitie reikt? Als we ooit 1% van de gigantische suikermarkt in handen krijgen, is mijn missie al geslaagd. Dan kan 1% van de huidige suikerverbruikers al gezond genieten van zoet."

ZORG DAT JE OVER DE JUISTE EXPORTDOCUMENTEN EN CERTIFICATEN BESCHIKT, STAP GOED VOORBEREID NAAR DE MARKT EN DURF SPRINGEN.

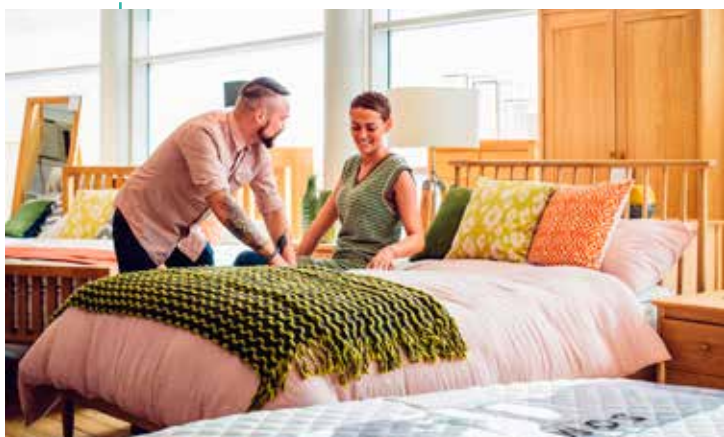
KLAAR VOOR DE VOLGENDE STAP IN UW INTERNATIONALISERINGSPROCES?

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

TOPPERS IN DE CORONASTRIJD

TEXTIELWERELD ONTDEKT DE VIRUSREDUCERENDE OPLOSSING VAN DEVAN CHEMICALS

HOE GEDRAAGT EEN VIRUS ZICH OP KLEDIJ, STOFFEN MEUBELS OF MATRASSEN? WE HEBBEN HET ONS ALLEMAAL AFGEVRAAGD TIJDENS DE CORONACRISIS. DEVAN CHEMICALS DEED ER JAREN GELEDEN AL ONDERZOEK NAAR EN ONTWIKKELDE EEN VIRUSREDUCERENDE OPLOSSING VOOR TEXTIEL. ER WAS EEN PANDEMIE NODIG OM HET PRODUCT OP DE RADAR VAN DE TEXTIELWERELD TE KRIJGEN.



Devan ontwikkelt al meer dan 40 jaar innovatieve chemische producten en processen die textiel comfortabeler, veiliger of schoner maken. Van brandvertragende gordijnen, warmteregulerende matrassen en antibacterieel ondergoed tot krimprijke of zelfs hydraterende sportkledij: de kans is groot dat Devan Chemicals erachter zit. Vandaag staat vooral hun virusreducerende oplossing in de spots.

Bestellingen uit alle hoeken van de wereld

"Devan is al meer dan 20 jaar actief in de markt met antibacteriële producten voor textiel", vertelt CEO Sven Ghyselinck. "Na de uitbraak van de SARS- en MERS-virussen ontwikkelden we samen met het Instituut Pasteur en het Universitair Ziekenhuis van Rijsel een virusreducerend product. De ontgoocheling was groot toen niemand geïnteresseerd bleek." Dat is vandaag wel anders. Textielproducenten uit alle hoeken van de wereld plaatsen bestellingen. Devan stelde heel recent zelfs een distributeur aan in Latijns-Amerika.

Hoe werkt het?

Hoe werkt de gegeerde oplossing? Sven Ghyselinck: "De chemicaliën zorgen ervoor dat 99,5% van de

virusdeeltjes die op de stof terechtkomen, binnen de twee uur volledig desactiveren. Idealiter worden stoffen tijdens het fabricageproces met ons product behandeld, want dan is de stof quasi permanent beschermd. Zo was het initieel bedoeld. Tijdens de crisis was er echter ook grote vraag naar een oplossing voor de stoffen die al in de magazijnen of winkels liggen. Daarom commercialiseerden we een spray om op het textiel te vernevelen. Dat product blijft tussen de één en drie maanden actief, afhankelijk van het soort stof en de slijtage door gebruik."

Wellness-textiel

Devan stak de voorbije weken vaak de koppen bijeen met textielproducenten die de virusreducerende oplossing willen integreren in nieuwe collecties. Samen met hen kijkt Devan ook vooruit, naar de post-COVID-19-wereld. "Deze crisis zal een blijvende impact hebben op onze manier van leven en werken. We brengen meer tijd thuis door en velen werken vaak ook thuis. Daarom besteden we veel aandacht aan ons interieur – ons 'nest'", vertelt Sven. "Maar vaak binnenzitten heeft ook nadelen: meer stress, minder beweging, een droge huid ... Daar spelen wij op in, door eigenschappen aan textiel toe te voegen die het wellnessgevoel verhogen: van extra vitamines en slaapbevorderende stoffen tot hydraterende eigenschappen. Voor de coronapandemie waren we hier al mee bezig, maar we zien de interesse nu duidelijk toenemen."

Over Devan Chemicals

Sector: chemicals

Producten en diensten: toepassingen voor textielindustrie

Oprichting: 1977

Hoofdzetel: Ronse

Team: 40 medewerkers

www.devan.net



GEAR UP MEDICAL BOUWT IN PAAR DAGEN PROTOTYPE VAN BEADEMINGSTOESTEL

EEN CRISISSITUATIE ZOALS DE CORONAPANDEMIE ZET ZELFS NIET-ONDERNEMERS AAN TOT ONDERNEMEN. GENTSE BROERS STIJN EN JAN HERREGODTS VONDEN HET DREIGENDE TEKORT AAN BEADEMINGSTOESTELLEN ZO SCHRIJNEND DAT ZE EEN VEREENVOUDIGD TOESTEL ONTWIKKELDEN. HET EERSTE PROTOTYPE LAG ER IN EEN PAAR DAGEN. DANKZIJ DE HULP VAN EEN TWINTIGTAL ONDERNEMERS, DE UGENT EN HET OLV-ZIEKENHUIS IN AALST KONDEN ZE HET PROTOTYPE HEEL SNEL VERDER ONTWIKKELEN OM DAARNA OP INDUSTRIËLE SCHAAL TE PRODUCEREN. OOK NU DE PIEK VAN DE CRISIS IN BELGIË ACHTER ONS LIGT, BLIJFT GEAR UP MEDICAL HET TOESTEL VERDER VERFIJNEN.

Toen de COVID-19-crisis losbrak, deed Jan Herregodts, arts in opleiding, stage in het Aalsterse OLV-Ziekenhuis. Hij zag elke dag meer coronapatiënten toestromen. "Jan vreesde voor een tekort aan beademingstoestellen zoals in Italië", vertelt zijn broer Stijn, doctoraatstudent robotchirurgie. "Daarom stelde hij voor om samen een eenvoudig beademingstoestel te ontwikkelen." De broers bestelden de nodige onderdelen en staken in een paar dagen – en nachten – een prototype in elkaar. Tegelijk lanceerden ze een oproep voor ondersteuning. Een twintigtal bedrijven toonde zich meteen enthousiast om te helpen bij de verdere ontwikkeling, logistiek, marketing en accounting – allemaal zaken die nieuw waren voor de broers. Gear Up Medical was geboren.

Complexe validatie en certificering

Toen het eerste geïndustrialiseerde prototype klaar was voor validatie en certificering, moest de ploeg op de rem gaan staan. "De ziekenhuizen durfden ons toestel niet in te zetten zolang het niet de nodige certificaten had. Mocht er iets mislopen, dan zou het immers onduidelijk zijn wie verantwoordelijk was: de producent, het ziekenhuis of de arts? Het risico op claims was te groot", aldus Stijn Herregodts. "Maar het valideren en certificeren van medische toestellen is een ontzettend zware procedure. We moesten de productie dus noodgedwongen uitstellen. Ondertussen is er wel een ministerieel besluit om de conformiteitsprocedures voor medische hulpmiddelen te versoepelen in het geval van een crisis."

De kracht van eenvoud

Begin mei werd duidelijk dat er voorlopig geen tekort meer zou zijn aan beademingstoestellen in Belgische ziekenhuizen. Gear Up Medical bleef evenwel verder testen. Op basis van de testresultaten werd het toestel nog verfijnd. De software van model 5 wordt op dit ogenblik gefinaliseerd. Stijn Herregodts: "Het toestel vervult de basisbeademings-

functies uitstekend en beschikt over alle vereiste sensoren, alarmen, connecties met het monitoringnetwerk en veiligheidssystemen. Maar het is goedkoper en bovendien gemakkelijk om te maken en bedienen."

Ontwikkelingslanden

Nu het basistoestel in de finale fase zit, is Gear Up Medical in staat om heel snel te produceren mocht er een tweede golf van coronabesmettingen komen. Maar ze mikken ook op ontwikkelingslanden en buitenlandse productie om lokale verankering in noodlijdende regio's te versterken. Reginald Moreels, bijvoorbeeld, werkt ondertussen met de broers samen. "In veel Afrikaanse landen zijn er maar een paar beademingstoestellen voor het hele land. Door de lagere prijs én de gebruiksvriendelijkheid is onze 'coronaventilator' een uitstekende oplossing. Ook in niet-coronatijden kan het toestel veel levens redden."

Over Gear Up Medical vzw

Sector: healthcare

Producten en diensten: beademingstoestel

Oprichting: 2020

Hoofdzetel: Gent

www.coronaventilator.com



TOPPERS IN DE CORONASTRIJD

INDOOR SOCIAL DISTANCING BEWAREN? POZYX HEEFT DE OPLOSSING

DE GENTSE START-UP POZYX ONTWIKKELT HARD- EN SOFTWARE OM DE POSITIE VAN VOORWERPEN, DIEREN EN MENSEN BINNEN GEBOUWEN TE BEPALEN. DE PRECISIE – TOT OP 10 CENTIMETER – MAAKT DE OPLOSSINGEN UNIEK EN GEGEERD DOOR GROTE SPELERS ALS ARCELOR MITTAL, AIRBUS, HONDA EN GROENTEREUS BONDUELLE. TOEN SOCIAL DISTANCING CRUCIAAL BLEEK OM DE COVID-19-CRISIS TE BEDWINGEN, ZAG POZYX METEEN OPPORTUNITEITEN VOOR ZIJN PRODUCT.

Pozyx groeide vijf jaar geleden uit de schoot van UGent. Vandaag werken er een 25-tal experten. "Wij maken gebruik van Ultra-wideband (UWB), een vrij nieuwe draadloze technologie voor positionering. UWB is veel fijner afgesteld dan gps-technologie en werkt indoor preciezer dan bluetooth of wifi", vertelt Bart De Ruyck, marketing manager bij Pozyx. "De mogelijkheden zijn dan ook eindeloos. Onlangs nog kondigde Apple aan dat ze de UWB-technologie in meer en meer toepassingen zullen integreren."

Social distancing bewaren

In deze COVID-19-tijden kan UWB-technologie helpen om de social distancing te bewaren. "Mensen kunnen onze tag aan een riem hangen of in een broekzak stoppen. Van zodra ze te dicht komen van een andere drager, gaat er een alarm af", legt Bart De Ruyck uit. "We kunnen zo'n tag leveren als

een standalone-oplossing, die een alarm genereert. Maar het is veel interessanter om die te integreren met onze infrastructuur. Zo'n totaaloplossing is ontzettend interessant voor bedrijven in de anderhalvemeter-economie. Als ze alle medewerkers een tag geven, kunnen ze meteen actie ondernemen als een drager positief test op COVID-19. Aan de hand van de historische gegevens die de software verzamelt, zien ze immers perfect met welke collega's de zieke medewerker nauw contact had of in welke ruimtes hij/zij heeft gewerkt."

Het onzichtbare zichtbaar maken

Het coronavirus bracht de interesse voor Pozyx in een stroomversnelling. De start-up kreeg ondertussen duizenden orders vanuit alle hoeken van de wereld – van het VK, Australië en de VS tot India en Indonesië. Geïnteresseerden moeten echter nog even geduld oefenen tot in september, want er is voorlopig een groot tekort aan chips, wereldwijd. "Toch gaan we door met de productie", zegt Bart De Ruyck. "Of het nu is om de social distancing te bewaren of voor andere toepassingen: de tags blijven hun nut bewijzen. We werken al vijf jaar aan algoritmes en we hebben verschillende patenten. Daarnaast hebben we onze hardware robuuster en verfijnder gemaakt om voor een alsmat slimmer systeem te zorgen. Zo maken we steeds meer 'onzichtbare dingen zichtbaar'. En daar kan elke onderneming voordeel uit halen."

Over Pozyx

Sector: hightech

Producten en diensten: oplossingen voor indoor positiebepaling

Oprichting: 2015

Hoofdzetel: Gent

www.pozyx.io





TOKAI OPTecs LANCEERT EUROPESE PRIMEUR: BRILLENGLAZEN DIE NIET AANDAMPEN

EEN MONDMASKER EN EEN BRIL: HET IS EEN VERVELENDE COMBINATIE. BRILLENGLAZEN-FABRIKANT TOKAI OPTecs, EEN BELGISCH-JAPANSE JOINT VENTURE, INTRODUCEERDE ONLANGS EEN OPLOSSING: GLAZEN MET EEN SPECIALE COATING. HET WERD EEN EUROPESE PRIMEUR, NET ZOALS DE ULTRADUNNE GLAZEN DIE TOKAI OPTecs IN 2014 LANCEERDE EN DE ELEKTRISCHE BRIL DIE ZE SAMEN MET IMEC ONTWIKKELEN.

"Mijn vrouw kaartte het probleem aan tijdens de COVID-19-crisis", vertelt CEO Kurt Leuridan. "Als arts draagt zij permanent een mondkapje op het werk en ze vond het ontzettend lastig dat haar bril bedampte. Onze Japanse collega's waren al jaren vertrouwd met het probleem: 75% van de Japanse bevolking draagt immers een bril én ze eten veel dampende noedels. Zij hadden dus al antiaandampglazen ontwikkeld. Ons R&D-team heeft de oplossing nu verder verfijnd. Door de brillenglazen te behandelen met chemische lak – 'defog coating' – worden de waterdeeltjes geabsorbeerd, zodat de bril helder blijft."

50.000 stuks tegen eind 2020

Tokai Optecs schonk meteen 50 paar antiaandampglazen aan het ziekenhuis van Tienen en evenveel aan KU Leuven, waar de vrouw van Kurt Leuridan werkt. De interesse in de medische sector is groot. Tegen eind dit jaar wil Tokai 50.000 antiaandampglazen hebben verkocht.

"Het verhaal zorgde voor een positieve noot in deze crisis", geeft Kurt Leuridan toe. "En dat was wel nodig, want toen de lockdown inging, verloren we in één week 95% van onze omzet. We maakten van de crisis gebruik om meer van onze antiaandampglazen te produceren, zodat die vanaf nu standaard in de winkels beschikbaar zijn."

85% export

Het verhaal van Kurt Leuridan en Tokai Optecs, de enige brillenglazenfabrikant in België, begon in 2004: "Ik werkte als Deloitte-consultant voor Tokai Optecs, dat sinds 1992 de Japanse Tokai-brillenglazen verdeelde in Europa. Toen de toenmalige eigenaars, de familie Bijmens, een overnemer zochten, waagde ik de sprong." Tokai Optecs is sindsdien niet enkel distributeur maar ook producent van brillenglazen. De glazen worden geproduceerd in Tienen en in Japan en verdeeld naar opticiens in Europa, het Midden-Oosten en Afrika. 85% van de brillenglazen gaat naar het buitenland.



Sinds 2018 is Kurt Leuridan ook aandeelhouder in Tokai Optical Japan, dat al 80 jaar in handen is van de familie Furazawa.

Innovatie als handelsmerk

Innovatie lijkt wel het handelsmerk van Tokai Optecs. In 2014 lanceerde de joint venture de dunste brillenglazen ter wereld. Recent riep Kurt Leuridan samen met imec een spin-off in het leven die werkt aan elektronische brillenglazen. Die veranderen met één druk op een knop van sterkte, zodat de drager kan lezen én ver kijken met dezelfde lens. De antiaandampglazen waren dus niet de eerste primeur. De CEO is er alvast van overtuigd dat ze ook na de coronacrisis nuttig blijven: "Er is heel veel vraag uit het Midden-Oosten, waar bril dragers altijd last hebben van aangedampte glazen als ze vanuit hun koude aircogeboeven in de warme buitenlucht stappen. Maar ook hier is het heel handig als je bril niet bedampt als je in de winter een warm café binnenstapt."

Over Tokai Optecs

Sector: hightech

Producten en diensten: brillenglazen

Oprichting: 1992

Hoofdzetel België: Tienen

www.tokai.be

DOSSIER

LETLAND

“EEN KLEINE MAAR FIJNE
EXPORTBESTEMMING”



VAAK WORDEN ZE IN ÉÉN ADEM GENOEMD, DE BALTISCHE STATEN. ZE TRADEN IN 2004 SAMEN TOE TOT DE EU EN MAAKTEN NA DE EEUWWISSELING ALLE DRIE EEN WARE GROEISPURT DOOR. DAT LEVERDE HEN ZELFS DE GEZAMENLIJKE BIJNAAM BALTISCHE TIJGERS OP. TOCH ZIJN HET DRIE HEEL VERSCHILLENDE LANDEN, ZOWEL ECONOMISCH ALS CULTUREEL. ONZE VLAAMSE ECONOMISCHE VERTEGENWOORDIGER (VLEV) TER PLAATSE, THOMAS CASTREL, ZET U OP WEG OM LETLAND TE VERKENNEN, EEN KLEINE MAAR FIJNE EXPORTBESTEMMING.



Onze VLEV **Thomas Castrel** opereert vanuit de Litouwse hoofdstad Vilnius, maar maakt exporteurs wegwijs in de drie Baltische staten. "Letland is het middelste land van de drie, wat strategisch en logistiek een interessante locatie is. Nog meer dan Letland en Litouwen is het een draaischijf tussen oost en west en naar de Scandinavische landen. Het land beschikt hiervoor over sterke havens en een stevig netwerk met relevante contacten in al die regio's."

STEVIGE RELANCE IN 2021

Toen de economische crisis toesloeg in 2008 kregen de drie Baltische Tijgers klappen. Maar alle drie rechtten ze intussen opnieuw de rug. Thomas Castrel: "Door harde besparingsmaatregelen door te voeren en af te rekenen met corruptie, tekent Letland sinds enkele jaren een stabiele groei op. Bovendien integreert het zich steeds beter binnen de EU en de eurozone."

De coronapandemie is een nieuwe economische opdoffer. Hoe is de situatie in Letland?

"Mede dankzij de lage bevolkingsdichtheid kreeg de overheid het virus vrij snel onder controle. Tot een volledige lockdown kwam het niet, er werden vooral slimme maatregelen getroffen.

Wat natuurlijk niet wegneemt dat de economische terugval aanzienlijk zal zijn, zelfs groter dan in Estland en Litouwen. Dat komt omdat de Letse economie vóór de coronacrisis iets zwakker was. Analisten becijferden voor dit jaar een negatieve groei van 7%, maar wel gevolgd door een stevige relance in 2021."

LOGISTIEKE DIVERSIFICATIE

Hoe komt het dat Letland minder sterk de coronacrisis inging dan de andere Baltische staten?

"Vooral de sancties die de EU en Rusland elkaar oplegden vanaf midden 2014, hebben nog altijd een remmende invloed op de economische vooruitgang van de op logistiek gerichte economie. Ze hinderen de trafiek in de twee grote havens: Ventspils en Riga.

Tot het begin van de 21e eeuw was Ventspils nog de grootste haven in de Baltische Zeeregio. In 2014 moest ze tevreden zijn met een 7e plaats. De haven heeft zich jarenlang te eenzijdig gefocust op de doorvoer van olie en gas vanuit Rusland naar Europa.

Vandaag proberen de aanwezige logistieke spelers hun portefeuille te diversifiëren en zich te heroriënteren, onder meer richting Scandinavië. Maar dat vraagt natuurlijk tijd. Los daarvan blijven de Letse havens natuurlijk een belangrijke transitfunctie hebben in oost-west-goederenstromen, vooral over het spoor en per pijpleiding."

LETLAND BEET
WERELDWIJD
DE SPITS AF MET
EEN CORONA-
TRACINGAPP.

INHAALBEWEGING VOOR INFRASTRUCTUUR

Dat brengt ons naadloos bij een van de grootste EU-investeringsprojecten van het moment: Rail Baltica.

"Deze spoorlijn zal Tallinn verbinden met Riga, Kaunas, Warschau en Berlijn. Naast cargotrafiek zal een hogesnelheidstrein jaarlijks tot 5 miljoen passagiers vervoeren. In 4 uur tijd zullen zij van Tallinn tot aan de Litouws-Poolse grens kunnen sporen. Langs de spoorlijn komen er een aantal nieuwe stations en logistieke zones. Het project wordt voor 80% gefinancierd met Europese fondsen en zou in 2026 operationeel moeten zijn."

Liggen hier ook kansen voor Vlaamse ondernemers?

"Verschillende Belgische bedrijven zijn al betrokken in het Rail Baltica-project. Zo haalde BESIX de deal binnen voor de bouw van het station in Riga. Maar ook los van dit megaproject liggen er opportuniteiten in infrastructuurbouw. Want van spoor- en autowegen over telecommunicatiesystemen tot rollend materieel: in Letland is er nog veel werk aan de winkel om de infrastructuur te moderniseren. Daarnaast worden de havens verder uitgebreid met nieuwe op- en overslagterminals en is er een stijgende vraag naar technologie en infrastructuur om de energiebevoorrading verder te verduurzamen."

ONTLUIKENDE MIDDENKLASSE

Naar Europese maatstaven ligt de koopkracht in Letland nog altijd laag. Wat betekent dit voor exporteurs die mikken op de Letse consument?

"Het huishoudbudget van de Letten is inderdaad een stuk beperkter dan dat van de West-Europeaan. Bovendien worden heel wat goedkopere voedingsmiddelen lokaal geproduceerd. Het is voor Vlaamse voedingsexporteurs dus zaak om een marktsegment te vinden waarvoor import de enige optie is.

Verder wees een Zweedse studie onlangs uit dat Letten bereid zijn om geld te spenderen aan doe-het-zelf-materiaal en tuinieren. Met exclusieve producten spreek je hoe dan ook maar een kleine doelgroep aan. Vooral in de hoofdstad Riga, het enige echte economische centrum van het land, is er een ontluikende middenklasse en zie je fitnesscentra, koffiehuisen en delicatessезaken in het straatbeeld opduiken."

VANDAAG PROBEREN
LOGISTIEKE SPELERS
HUN PORTEFEUILLE TE
DIVERSIFIËREN EN ZICH
TE HERORIËNTEREN,
ONDER MEER RICHTING
SCANDINAVIË.

STARTERVRIENDELIJK KLIMAAT

Buurland Estland staat bekend als een hotspot voor IT-ondernemers, is dat ook het geval in Letland?

“De Estse overheid stimuleert inderdaad actief het ondernemerschap, onder meer door de bedrijfsbelasting laag te houden en administratieve barrières weg te werken. Vooral de IT-sector kreeg zo een serieuze boost.

Stilaan probeert ook Letland zichzelf op de technologische kaart te zetten. Met de TechChill-conferentie, bijvoorbeeld, waarop Baltische technologiestart-ups en investeerders elkaar kunnen ontmoeten. Met het online investeringsplatform Twino kunnen starters dan weer het nodige kapitaal bij elkaar harken om hun business op te starten.”

DISTRIBUTEURS SCREENEN

Hoe ga ik het best te werk om de Letse markt te benaderen?

“Dat hangt van branche tot branche af. Zo zou je zelf op inkoopers van de grote retailers Maxima en Rimi kunnen afstappen, maar evident zal dat zeker niet zijn. Beslis je om met een distributeur te werken, dan is het belangrijk dat je grondig screent of hij zijn belofte ook effectief kan waarmaken.

Zo beweren sommige distributeurs dat ze de drie Baltische staten kunnen bewerken, wat veel exporteurs als muziek in de oren klinkt. Maar dan moet je er wel absoluut zeker van zijn dat hij of zij de drie markten ook effectief goed kent.

IN DE HOOFDSTAD RIGA, HET ENIGE ECONOMISCHE CENTRUM VAN LETLAND, IS ER EEN ONTLUIKENDE MIDDENKLASSE.

Want ze zijn erg verschillend qua koopkracht en consumptiegedrag, maar ook op cultureel vlak. Vanuit FIT kunnen we je de nodige ondersteuning bieden om een distributeur te selecteren en je eerste stappen in de Letse markt grondig voor te bereiden.

Om een lang verhaal kort te maken: de Letten halen alles uit de kast om hun economie verder te diversifiëren. Tel daar de stijgende koopkracht bij op en het feit dat het land in de eurozone ligt, en je hebt een kleine maar interessante exportbestemming beet.”

EEN GESLAAGDE ZAKELIJKE ENTREE:

5 VUISTREGELS

1.

KENNIS VAN HET RUSSISCH OPENT DEUREN.

De jongere generatie spreekt over het algemeen goed Engels en ook op ministeries wordt u als buitenlander in die taal aangesproken. Toch is kennis van het Russisch een troef, aangezien een aanzienlijk deel van de ondernemers Russischtaalig is.

2.

AFSTANDEN ZIJN GROTER DAN ZE LIJKEN.

Dat komt omdat het Letse wegennet vooral uit tweevaksbanen bestaat die dorpen en steden doorkruisen.

3.

VLAANDEREN IS EEN ONBEKEND BEGRIP.

EU-hoofdstad Brussel, daarentegen, doet natuurlijk wel een belletje rinkelen. U zal de opbouw van ons land dus moeten toelichten.

4.

HOU CONTACT MET UW ZAKENPARTNER.

Ga geregeld op bezoek en neem een kleine attentie mee.

5.

HET SOVJETVERLEDEN IS TABOE.

Ook de Tweede Wereldoorlog en Rusland in het algemeen vermijdt u beter als gespreksonderwerp.

TESTIMONIAL JANISFARM JORIC DUYS CEO

ZEVEN JAAR GELEDEN VERKENDE JORIC DUYS VOOR HET EERST DE OPPORTUNITEITEN VOOR ZIJN ANTWERPSE CATERINGBEDRIJF IN LETLAND. VANDAAG OPEREERT HIJ VANUIT DEZE BALTISCHE STAAT EN LEVERT HIJ MET ZIJN BEDRIJF JANISFARM ONDER MEER BIOLOGISCH GETEELDE BESSEN AAN VLAAMSE TOPRESTAURANTS.

“IK KON VAN EEN WIT BLAD STARTEN.”

“Met de kookboot in het Antwerpse Bonapartedok en mijn cateringbedrijf BEchef richtte ik me op het hogere segment”, vertelt **Joric Duys**. “Ik speurde al langer naar mogelijkheden om mijn horizon internationaal te verruimen en kwam via via terecht in de wereld van ambassades en lokale overheden. Door voor dat publiek in Riga een aantal walkingdinners en recepties te verzorgen, ging de bal aan het rollen.”

KLEINE AFZETMARKT, DITO CONCURRENTIE

Er bleek interesse voor een aantal Belgische ingrediënten in de bereidingen van Joric Duys. “Ik slaagde er zelfs in om een beperkte selectie in het schap te krijgen van enkele supermarktketens. Letland is een kleine afzetmarkt, maar er is ook weinig concurrentie, zeker in mijn branche. Dus ik kon van een wit blad starten.”

In eigen land deed hij het omgekeerde: steeds vaker werkte hij met Letse producten in zijn bereidingen, waaronder biologisch geteelde bessen. “De vraag groeide vanuit een aantal toprestaurants. In diezelfde periode ontmoette ik ook mijn huidige vennoot. We gingen met

een aantal sterrenchefs rond de tafel zitten om een assortiment uit te werken en een plan om dat te promoten. Zo is JanisFarm geboren.”

ENTHOUSIASTE EN FLEXIBELE MINDSET

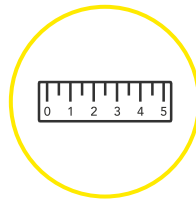
Na al die jaren kent het Letse zakenleven nauwelijks nog geheimen voor de Antwerpse voedingsondernemer: “Wie Letland nog vooral associeert met het sovjetverleden, heeft het bij het verkeerde eind. Letse entrepreneurs zijn enthousiast, flexibel en doen er alles aan om aansluiting te vinden bij onze West-Europese businesscultuur. Tegelijk kost het wat geduld om plannen te smeden op lange termijn en komaf te maken met een zekere vorm van worstcasescenario-denken.”

Joric Duys en zijn zakenpartner zitten boordevol plannen en zien de toekomst van JanisFarm en hun brugfunctie tussen Vlaanderen en Letland rooskleurig in. “We blijven continu nieuwe producten toevoegen aan ons assortiment en we bekijken hoe we vanuit Letland ook andere afzetmarkten kunnen aanboren.”

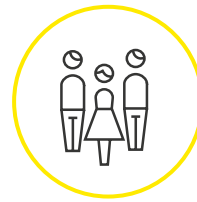


FACTSHEET LETLAND

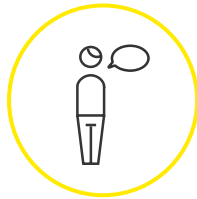
FLANDERSTRADE.BE



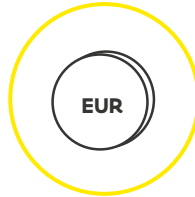
Oppervlakte
64.589 km²



Aantal inwoners
1,9 miljoen (2020)



Officiële taal
Lets

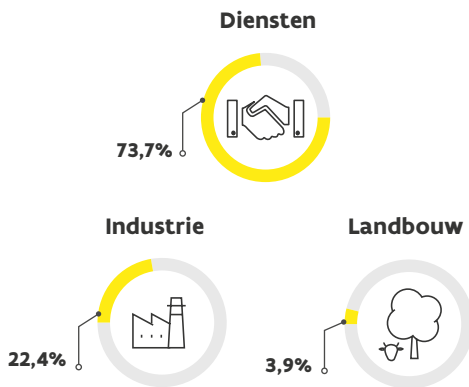


Munteenheid
Euro (EUR)

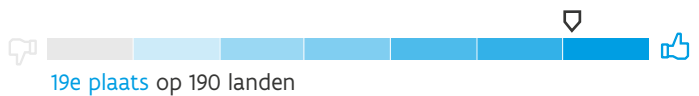


De energiecentrale Pļaviņas op de Westelijke Dvina is een van de grootste waterkrachtcentrales van de EU.

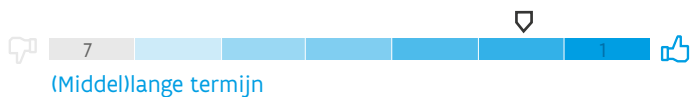
Aandeel economische sectoren in bbp



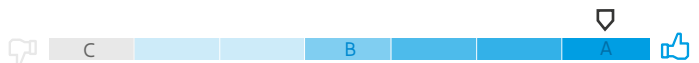
Ease of doing business index



Politiek risico



Commercieel risico (van C tot A)



Top 5 Vlaamse exportproducten naar Letland € 299,3 miljoen (2019)

- 22,0% Machines en toestellen
- 12,6% Automobielen, tractoren en andere voertuigen
- 7,8% Kunststof en toepassingen
- 6,1% Fruit
- 4,6% Schoeisel en dergelijke artikelen

Top 5 Vlaamse importproducten uit Letland € 121,4 miljoen (2019)

- 29,6% Hout, houtskool en houtwaren
- 15,8% Minerale brandstoffen, aardolie en distillatieproducten
- 9,7% Zaden, zaaigoed en vruchten
- 8,1% Automobielen, tractoren en andere voertuigen
- 6,2% Toepassingen van gietijzer, ijzer en staal

FIT STELT VOOR

VOOR EEN NOG STERKER
TECHNOLOGISCH VLAANDEREN

FILIP DE WEERDT, ONZE NIEUWE SCIENCE & TECHNOLOGY COORDINATOR

BEHALVE VOOR 'TRADE' STAAT DE T IN FIT OOK ALMAAR MEER VOOR 'TECH'. EEN VAN ONZE TOPPRIORITEITEN IS DAN OOK OM TECHNOLOGISCH VLAANDEREN STEVIG OP DE KAART TE ZETTEN. TEGELIJK WILLEN WE VLAAMSE SPELERS NOG MEER OP MAAT ONDERSTEUNEN BIJ DE INTERNATIONALE VERMARKTING VAN HUN INNOVATIES. DE AANSTELLING VAN FILIP DE WEERDT ALS ONZE EERSTE SCIENCE & TECHNOLOGY COORDINATOR VORMT DAARBIJ EEN BELANGRIJKE STAP. ONDER ZIJN VLEUGELS ZAL ONS BESTAANDE TEAM VAN TECHNOLOGIE-ATTACHÉS (TA'S) UITGROEIEN TOT EEN BREDER, WERELDWIJD NETWERK VAN SCIENCE & TECHNOLOGY OFFICES.



Geknipt voor de job. Dat is de indruk die Filip De Weerd maakt wanneer we hem – digitaal – ontmoeten. De coronapandemie kluistert ook de nieuwbakken Science & Technology Coordinator aan het computerscherm. Het illustreert meteen het belang van digitalisering en technologie in deze bizarre tijden. En laat dat nu net de reden zijn van ons gesprek.

Filips professionele parcours oogt indrukwekkend. Hij verdiende zijn sporen in hightech-onderzoek in de Antwerpse diamantsector en petrochemie. Dit bracht hem van Vlaanderen tot in Dubai en weer terug. Daarna ging hij aan de slag als businessdeveloper aan de Universiteit Antwerpen en bij Flanders Make, het strategisch onderzoekscentrum voor de maakindustrie. Deze boeiende mix van kennis en ervaring leidde hem naar FIT.



De functie van Science & Technology Coordinator kwam er omdat FIT zijn bestaande netwerk van technologie-attachés wil uitbreiden. Wat betekent dit netwerk voor Vlaanderen?

Filip De Weerd: "Vlaanderen is een regio van kmo's met een sterke groei in de dienstensector en op het gebied van innovatieve industriële bedrijven. Kennis wordt een almaar belangrijker troef. Om ons internationaal te blijven onderscheiden, moeten we goed weten wat er leeft op innovatief vlak in het buitenland. Met die kennis en het aanwezige talent in Vlaanderen kunnen onze bedrijven hun technologieën verfijnen, zodat ze naadloos inspelen op de noden van de internationale markt.

Die brug slaan tussen technologisch Vlaanderen en het buitenland gaat makkelijker als we allemaal dezelfde taal spreken, en daar komen onze technologieattachés in de

picture. Vanuit hun buitenlandse posten doen ze er alles aan om technologie van Vlaamse bodem op de radar van potentiële afnemers te krijgen. Omgekeerd proberen ze ook grote buitenlandse tech-spelers te overtuigen van de meerwaarde van een investering in Vlaanderen."

Wat is uw rol in dit verhaal?

Filip De Weerd: "Ik speel een verbindende rol tussen Vlaanderen en ons buitenlandse TA-netwerk. Zo coördineer ik de samenwerking tussen de verschillende Science & Technology Offices. Door relevante informatie en best practices te delen en gecoördineerde acties op te zetten, kunnen we samen complexere projecten managen en grote spelers begeleiden. Daarbij zet ik de globale strategie uit en probeer ik ons compacte TA-team zo efficiënt mogelijk in te zetten om de meerwaarde van onze samenwerking te maximaliseren."



Naast de bestaande kantoren in New York, San Francisco, Singapore en Tokio, richt FIT nieuwe Science & Technology Offices op in Guangzhou, Kopenhagen, Londen, Parijs en München. Ook komt er een technologieattaché bij in San Francisco. Vanwaar deze locaties?

Filip De Weerd: "Aan die keuze ging een uitgebreid consultatieproces vooraf bij zowel ons eigen netwerk als onze structurele partners. Kort samengevat keken we naar de belangrijkste afzetmarkten en exportsectoren van Vlaanderen en ontluikende innovatiehubs wereldwijd. Ook polsten we bij sectorfederaties zoals Agoria, essenscia en Fevia naar hun belangrijkste innovatiedomeinen. Uit die bevraging is een gemene deler ontstaan."

Hoe zetten de TA's het Vlaamse tech-landschap op de internationale kaart?

Filip De Weerd: "Om innovatief Vlaanderen te promoten, kunnen we overtuigende troeven voorleggen. Onze bloeiende lifesciencessector staat met stip op één. De volledige biotech-waardeketen is hier vertegenwoordigd: van wereldbepaalde onderzoekscentra zoals VIB over dynamische spin-offs en start-ups tot gevestigde bedrijven en multinationals. Dat creëert een bloeiend ecosysteem voor innovatief én commercieel succes.

Dergelijke ecosystemen vind je in Vlaanderen ook voor heel wat andere innovatiedomeinen. Denk aan technologieën voor digitale en klimaat- en gezondheidstoepassingen, de drie focusdomeinen waarvoor FIT op zoek is naar nieuwe technologieattachés. De rode draad door het verhaal? Vlaamse tech-kennis en -kunde vind je in tal van producten, diensten en oplossingen die doorgaans inspelen op complexe wereldproblemen en een tastbare meerwaarde betekenen voor individuen, bedrijven én overheden over de hele wereld.

Om dat verhaal overtuigend aan de man te brengen, moeten onze TA's niet alleen vertrouwd zijn met technologie in de brede zin. Ze moeten ook een gedegen kennis hebben van de industrie en business development. Kortom, een goede TA is geen onderzoeker of verkoper pur sang, maar iemand die van beide markten thuis is."

Tot slot: de coronacrisis zette alles op scherp, geldt dit ook voor de tech-wereld?

Filip De Weerd: "Jazeker. Vanaf het begin van de coronacrisis werd duidelijk dat we deels afhankelijk zijn geworden van buitenlandse spelers voor de ontwikkeling van een aantal kritische technologieën. Dat stemt veel landen en regio's tot nadenken. Het zet mogelijk een rem op de internationalisering van innovatie, terwijl de oplossing misschien net ligt in beter en transparanter samenwerken over de grenzen heen.

Gelukkig merken we dat veel bedrijven een open blik blijven behouden. Voorbeelden zijn de vele spitsvondige oplossingen in de strijd tegen COVID-19 die vanuit Vlaanderen de wereld rondgaan. Slimme mondklappers, gespecialiseerde monitoringssystemen, social distancing-apps, 3D-geprinte deuropeners, aangepaste beademingsstoestellen, nieuwe ontsmettings- en ventilatiesystemen ... De lijst is lang. Een mooi voorbeeld van de veerkracht en inventiviteit van de Vlaamse bedrijfswereld. Die boodschap verder uitdragen, daar zetten FIT en onze TA's hun schouders onder."

WIE WORDT DE NIEUWE COLLEGA VAN FILIP?

FIT IS MOMENTEEL OP ZOEK NAAR **5 NIEUWE TECHNOLOGIE-ATTACHÉS!** ZIJ ZULLEN ONS BUITENLANDSE NETWERK VERSTERKEN EN VLAANDEREN OP DE KAART ZETTEN ALS TOONAANGEVENDE TECHNOLOGIE- EN INNOVATIEREGIO. KORT SAMENGEVAT VERWACHTEN WE VAN ONZE TA'S DAT ZE:

- een lokaal netwerk uitbouwen met innovatieve en technologiegedreven bedrijven, innovatieactoren, kapitaalverstrekkers en onderzoekscentra;
- nauw samenwerken met de FIT-collega's in Vlaanderen en het buitenland;
- mee zijn met de laatste trends in hun domein en de landen in hun regio continu opvolgen;
- technologisch relevante informatie verzamelen, verspreiden en binnen FIT verankeren en die kennis ook delen met Vlaamse bedrijven via onze structurele en strategische partners;
- R&D-investeringen van buitenlandse bedrijven aantrekken naar Vlaanderen.

KLINKT DIT ALS EEN UITDAGING OP UW MAAT OF VAN IEMAND IN UW NETWERK?

Surf naar www.flandersinvestmentandtrade.com/nl en ontdek de vacatures.

**ONZE LEEUW VAN DE EXPORT
2020 ZIT HIERTUSSEN!**

ONTMOET DE ZES GENOMINEERDEN

DE 19E EDITIE ZAL SOWIESO OPVALLEN IN DE GESCHIEDENIS VAN DE LEEUW VAN DE EXPORT. EEN UITSLAG IN HET JAAR WAARIN DE VLAAMSE EXPORT-CIJFERS DRASTISCH ZIJN GEDAALD. TOCH ZIJN WE ERVAN OVERTUIGD DAT WE NET IN DEZE MOEILIJKE TIJDEN EXPORTSUCCESSEN EXTRA MOETEN VIEREN EN IN DE KIJKER ZETTEN. DEZE ZES KANSHEBBERS KUNNEN OP 23 SEPTEMBER ONZE PRESTIGIEUZE EXPORTAWARD MEE NAAR HUIS TE NEMEN. IN DE OKTOBEREDITIE VAN WERELDWIJS PORTRETTEREN WE UITGEBREID DE WINNAARS. KIJK AL EENS MEE WIE UW FAVORIET IS.



IN DE CATEGORIE

BEDRIJVEN MET MAX. 49 MEDEWERKERS

IN ALFABETISCHE VOLGORDE

BASALTE

TOPDOMOTICA VOOR HET WERELDWIJDE LUXESEGMENT

STATE-OF-THE-ART TECHNOLOGIE, VERFIJND DESIGN EN VAKMANSCHAP VAN EIGEN BODEM, DAT ZIJN DE SUCCESINGREDIËNTEN VAN BASALTE. HET VOORBIJE DECENNIUM SLAAGDE DEZE TECHSPELER UIT HET OOST-VLAAMSE MERELBEKE ERIN OM ZICH MET ZIJN OPLOSSINGEN VOOR DE SLIMME WONING TE NESTELLEN IN HET RESIDENTIËLE TOPSEGMENT.

Villa's in Beverly Hills, superjachten, paleizen van emirati, het hoofdkantoor van Apple ... Overal ter wereld vinden de hoogwaardige schakelaars, bewegingsmelders, touchscreens en thermostaten van Basalte hun afzet. Het leverde hun in 2015 al eens een nominatie voor de Leeuw van de Export op. Ook werden verschillende ontwerpen bekroond met internationale onderscheidingen.

EXCLUSIEVE WANDHOUDER

Het begon allemaal in 2008, toen Basalte zijn allereerste aanraakschakelaar op de markt bracht. Die bleek zowel technologisch als qua design baanbrekend. CEO Klaas Arnout: "Schakelaars waren een commodityproduct. Je had wel exclusieve productlijnen, maar die blonken vooral uit door hun afwerkingsniveau. Op functioneel of technologisch vlak waren die allesbehalve innovatief."

Omdat Vlaanderen te klein is voor zo'n high-endproduct, mikte Basalte al vanaf dat prille begin op het buitenland. Vandaag staat de teller op 65 exportmarkten en heeft het bedrijf een dochteronderneming in de VS. Klaas Arnout: "We zijn er actief sinds 2014. Maar de bal ging pas echt aan het rollen toen we er onze wandhouder voor de iPad introduceerden." Wat de verre bestemmingen betreft ziet de CEO verder vooral groeipotentieel in het Midden-Oosten, China en Rusland.

VAKMANSCHAP EN CREATIVITEIT

De grootste afzetmarkt van Basalte is en blijft Duitsland: "Een taaie klant, want we krijgen er af te rekenen met stevige lokale concurrentie. Wel maken we er het verschil met ons digitaal platform dat alle technologie binnen de woning bedienbaar maakt met één gebruiksvriendelijke applicatie."

De Oost-Vlaamse born global is trots op al zijn internationale verwezenlijkingen, maar wil toch ook graag zijn lokale Vlaamse verankering onderstrepen. Klaas Arnout: "We werken samen met lokale metaalbewerkers die ons topvakmanschap leveren. In partnerschap blijven we onze technieken en processen verfijnen. Die creativiteit en inventiviteit dragen in sterke mate bij tot het wereldwijde succes van Basalte."

ID BASALTE (2019)

Locatie: Merelbeke

Aantal medewerkers: 34 voltijdequivalenten

Omzet (2019): € 7.267.774

Exportaandeel in de omzet (2019): 90%

Aandeel niet-EU-landen in de export: 25%

www.basalte.be



CAELESTE

TECHNOLOGISCHE SPEELTUIN VOOR TOPINGENIEURS

DE GESPECIALISEERDE BEELDSSENSOREN VAN CAELESTE VINDEN HUN WEG NAAR DE MEDISCHE BEELDVORMING, DE RUIMTEVAART EN ANDERE INDUSTRIËLE APPLICATIES. HET MECHELSE BEDRIJF DRAAIT MEE AAN DE ABSOLUTE TOP BINNEN ZIJN NICHE EN HAALT QUA TECHNOLOGISCHE INNOVATIE HET ONDERSTE UIT DE KAN.

"Vanaf onze start in 2006 was de Belgische markt te klein voor dit hoogtechnologische nicheproduct", vertelt CEO Geert De Peuter. "Onze missie: samen met de klant technische oplossingen uitdokteren die superieur zijn aan het standaardassortiment van de grote spelers." Klanten van het eerste uur waren ruimtevaartspelers, voornamelijk binnen Europa.

RUIMTEVAART EN WETENSCHAP ALS RODE DRAAD

Via mond-tot-mondreclame breidde de klantenportefeuille van Caeleste snel uit, zowel geografisch – met verre exportmarkten als China, Japan, Rusland en de VS – als qua toepassingen. Geert De Peuter: "Ruimtevaart en wetenschappelijke applicaties vormen de rode draad door onze historie, maar we verkenden ook medische domeinen, waaronder tandheelkunde en oncologie. Verder zitten onze producten in tal van industriële applicaties."

STERK IN OP MAAT GEMAAKTE SENSOREN

Hoe deze kleine Vlaamse speler zich staande houdt in de internationale arena? "Met onze maataanpak differentiëren we ons: iedere beeldopnemer vergt een unieke ontwikkeling en elke oplossing wordt in productie gebracht voor een specifieke klant. Toch stijgen onze volumes de laatste jaren gevoelig. De productiecapaciteit voldoende opschalen wordt de komende jaren dan ook een van de grote uitdagingen."

INTERNATIONALE UITSTRALING

Dat Caeleste een technologische speeltuin is voor topingenieurs, staat buiten kijf. Hierdoor slagen we erin om een divers team uit te bouwen rond gespecialiseerde competenties. Geert De Peuter: "Mechelen is en blijft onze uitvalsbasis, maar ons personeelsbestand bestaat uit meer dan tien nationaliteiten. We hopen dat deze nominatie onze naamsbekendheid zal boosten. Daarnaast bevestigt ze vooral dat je tot ver buiten onze grenzen het verschil kan maken met doorgedreven specialisatie en diepgaande kennis. Caeleste zet Vlaanderen mee op de internationale technologische kaart."



ID CAELESTE (2019)

Locatie: Mechelen

Aantal medewerkers: 30 voltijdequivalenten

Omzet (2019): € 6.304.500

Exportaandeel in de omzet (2019): 97%

Aandeel niet-EU-landen in de export: 45%

www.caeleste.be

FERTIKAL

TWEEDE LEVEN VOOR KIPPENMEST

300.000 TON GRONDSTOFFEN UIT ONDER MEER DE INTENSIEVE VEETEELT BENUT DIT BEDRIJF UIT BEVEREN OP JAARBASIS. IN DE VORM VAN GEPERSTE KORRELS VERTREKKEN HUN ORGANISCHE MESTSTOFFEN VANUIT ANTWERPEN NAAR ALLE UITHOEKEN VAN DE WERELD. DAAR WORDEN ZE INGEZET OM LANDBOUWGRONDEN TE VERRIJKEN.

Vorig jaar verscheepte Fertikal vanuit de Antwerpse haven 2.850 containers met meststoffen. De grootste afnemers situeren zich in Zuidoost-Azië, met Vietnam als absolute koploper. Tegenwoordig maken die verre markten ongeveer de helft uit van de exportomzet van de Oost-Vlaamse fabrikant.

GROEIMARKT AFRIKA

Groei verwacht algemeen directeur Geert Brosens de komende jaren vooral in Afrika: "Met een snelgroeiende bevolking moet het landbouwareaal er optimaal benut worden. Momenteel wordt er nog te veel chemisch bemest, met bodemdegradatie als gevolg. Daardoor moeten landbouwers uitwijken naar andere gronden en gaat er soms waardevolle natuur verloren. Organische bemesting kan dat tij keren en hetzelfde perceel langer vruchtbaar houden."

Sinds het bedrijf in 2010 zijn succesvolle doorstart maakte, investeerde het al meermaals in de opschaling van zijn productie en doorgedreven automatisatie. Geert Brosens: "Op twee jaar tijd verdubbelden we onze capaciteit, wat de komende jaren zal resulteren in nog meer omzet uit export. Vandaag mogen we ons al een van de grootste producenten van organische meststoffen van Europa noemen."

CIRCULAIRE LANDBOUW

Naast grotere volumes blijft Fertikal sleutelen aan de samenstelling van zijn producten en stapt het bedrijf mee in verschillende innovatietrajecten. Zo loopt er momenteel met VLAIO-steun een project rond organische precisiebemesting. "Door het teveel aan lokale mest een tweede leven te geven, werken we mee aan de duurzaamheid van de West-Europese landbouw", besluit Geert Brosens. "We maken de cirkel rond en schrijven zo ook een positief verhaal voor onze agrarische sector."



ID FERTIKAL (2019)

Locatie: Beveren

Aantal medewerkers: 22 voltijdequivalenten

Omzet (2019): € 17.715.366

Exportaandeel in de omzet (2019): 99%

Aandeel niet-EU-landen in de export: 48%

www.fertikal.be

IN DE CATEGORIE

BEDRIJVEN MET 50 OF MEER MEDEWERKERS

IN ALFABETISCHE VOLGORDE

FAM

“WERELDWIJD GEVEN ONZE SNIJ- MACHINES LETTERLIJK VORM AAN VOEDING”

AL 6 DECENNIA TIMMERT DEZE ANTWERPSE MACHINEFABRIKANT AAN DE WEG NAAR INTERNATIONAAL SUCCES. VANDAAG DRAAIEN DE RUIM 6.000 SNIJMACHINES VOOR ONDER MEER AARDAPPELEN, GROENTEN, FRUIT, VLEES EN KAAS BIJ INDUSTRIËLE VOEDINGSVERWERKERS OP ALLE CONTINENTEN. DIE WORDEN GEBOUWD BIJ FAM, ONTWIKKELING GEBEURT DIKWILS IN COCREATIE MET DE KLANT EN IN TANDEM MET ZUSTERBEDRIJF STUMABO, SPECIALIST IN PRECISIEMESSEN.

In de beginjaren vervaardigde FAM – voluit Fabricatie & Advies voor Machinebouw – nog vooral oogstmachines en afvulmachines voor mayonaise en andere sauzen. Maar al snel tekende zich een duidelijke trend af: het aandeel snijmachines in de omzet groeide jaar na jaar.

STEEDS MEER COMFORTVOEDING

Strategic Director Guy Baeten: “In de jaren 80 was er eerst de groeiende populariteit van diepvriesvoeding. Vervolgens kwamen allerlei vormen van zogeheten comfortvoeding op, van voorgesneden groenten in het versrayon tot kant-en-klare maaltijden. Kortom, er wordt in de industriële voedselverwerking veel meer gesneden dan enkele decennia geleden.”

Net voor de eeuwwisseling besliste de machinefabrikant om van de snijmachines zijn corebusiness te maken. Een schot in de roos: tegenwoordig is FAM wereldwijd actief en haalt het maar liefst 91% van zijn omzet uit export. Het bedrijf kan hiervoor bogen op een stevig netwerk van eigen verkoop- en servicekantoren. Guy Baeten: “Die kantoren zijn onze voelsprietten. Consumentenbehoeftes zijn overal anders, dus voeling met de lokale markt is een absolute must.”

ELKE FRIET EVEN MOOI

Intussen blijft in eigen land het innovatieteam de snijmachines naar nieuwe hoogtes tillen. Guy Baeten: “Onze krachtigste aardappelsnijmachine, bijvoorbeeld, snijdt 11 ton frieten per uur, maar elke afzonderlijke friet moet er even mooi uitzien. Verder blijven onze R&D-medewerkers speuren naar manieren

om de performantie te verhogen en verspilling te verkleinen, of om efficiënt nieuwe producten en texturen te versnijden.” In het testcenter van FAM worden de nieuwe machines gedemonstreerd en samen met de klant uitgetest. Die klant wordt trouwens steeds mondialer: “Wij moeten waar ook ter wereld klaarstaan met dezelfde topkwaliteit en service, wat zeker een van onze uitdagingen is voor de komende jaren. Tegelijk blijven we een op en top Vlaamse machinefabrikant. Het gros van onze technologie en onderdelen is van Vlaamse makelij. We zijn er dan ook trots op dat we met onze internationale activiteiten lokale tewerkstelling verzekeren bij onze vaste toeleveranciers.”

ID FAM (2019)

Locatie: Kontich

Aantal medewerkers: 58 voltijdequivalenten

Omzet (2019): € 29.680.090

Exportaandeel in de omzet (2019): 91%

Aandeel niet-EU-landen in de export: 34%

www.fam.be

LANSWEEPER

UNIEK SOFTWAREPLATFORM VEROVERT DE WERELD

RUIJ 20.000 KLANTEN WERELDWIJD LATEN HUN IT-SYSTEMEN IN
KAART BRENGEN DOOR HET LANSWEEPER-SOFTWAREPLATFORM.
IN 2017 HAD DEZE DENDERMONDSE BORNGLOBAL AL EENS EEN
NOMINATIE VOOR DE EXPORTAWARD OP ZAK, MAAR SINSDIEN IS
HET BEDRIJF ALWEER RADICAAL GEGROEID EN VERANDERD.

Het Oost-Vlaamse technologiebedrijf zag in 2004 het licht en surfte vanaf dag één op een grote internationale vraag. CEO Dave Goossens: "Software kent hoe dan ook geen grenzen. Bovendien kan ons platform meerwaarde bieden binnen elke organisatie met een aanzienlijke IT-afdeling. Meer nog, heel wat IT'ers bleken actief op zoek naar een dergelijke oplossing, wij konden die nood invullen."

RONKENDE REFERENTIES

Bij Lansweeper draait alles al vanaf de start rond het gelijknamige platform dat software, apparaten en gebruikers binnen een IT-netwerk in kaart brengt en er gedetailleerd over rapporteert. Dave Goossens: "De doelstelling is om het netwerk overzichtelijk te houden voor het IT-departement, hoe complex het onderliggend ook is."

94% van zijn omzet maakt Lansweeper in het buitenland. De klanten zitten verspreid over 130 verschillende landen. En daar zitten serieuze kleppers tussen, zoals F1-teams, topvoetbalclubs, financiële instellingen en FMCG-wereldspelers. Qua groeimarkten kijkt de CEO vooral naar het westen: "Ons grootste potentieel zit momenteel in de VS. Om deze grote afzetmarkt nog intensiever te kunnen bewerken, openden we er vorig jaar een saleskantoor."

ONBEKEND IN EIGEN LAND

"De voorbije jaren schaalden we onze business stelselmatig op en zetten we spectaculaire groeicijfers neer", gaat Dave Goossens verder. "Met continue investeringen in sales, marketing en R&D als rode draad. Maar buiten onze eigen branche blijven we toch een nobele onbekende, zelfs in eigen land. Hopelijk helpt deze nominatie om hier verandering in te brengen, want ook binnen onze grenzen liggen er voor ons nog mooie kansen."



ID LANSWEEPER (2019)

Locatie: Dendermonde

Aantal medewerkers: 64 voltijdequivalenten

Omzet (2019): € 20.478.000

Exportaandeel in de omzet (2019): 94%

Aandeel niet-EU-landen in de export: 62%

www.lansweeper.com

SPORTS & LEISURE GROUP

KUNSTGRASPARTNER VAN TOPCLUBS

DE TERM KUNSTGRASPRODUCENT DOET SPORTS & LEISURE GROUP MISSCHIEN ONEER AAN. WANT NAAST ONTWIKKELING EN PRODUCTIE BIEDT DIT BEDRIJF ZIJN KLANTEN EEN UITGEBREID SERVICEPROGRAMMA AAN OM SPEL-PRESTATIES, VEILIGHEID, ESTHETIEK EN DUURZAAMHEID OP LANGE TERMIJN TE WAARBORGEN. 75% VAN DE OMZET KOMT UIT EXPORT, WAARVAN 25% GEREALISEERD WORDT IN NIET-EUROPESE MARKTEN.

"Vooral in West-Europa bouwden we de voorbije jaren een ijzersterke positie uit", steekt CEO John Penninck van wal. "Naast mooie volumes en een dito omzet leverde ons dat een aantal ronkende referenties op. We mochten sportvelden installeren bij gerenommeerde clubs en voor prestigieuze hockey- en voetbaltornooien. Die referentieprojecten creëren op hun beurt nieuwe kansen." Naast grasmatten voor sporttoepassingen produceert Sports & Leisure Group kunstgras voor tuinen, groene ruimtes enzovoort.

ONTLUIKENDE SPORTBELEVING

De opportuniteiten situeren zich steeds vaker ook in verre markten. John Penninck: "Naarmate de levensstandaard begint te stijgen, ontstaat er een ontluikende sportbeleving waar onze oplossingen in passen. Dat is onder meer het geval in een aantal Zuid-Amerikaanse markten, maar ook in Afrika. Daarom investeerden we enkele jaren geleden onder meer in een kantoor in Marokko, om te kunnen deelnemen aan lokale aanbestedingen."

Sports & Leisure Group ontpopte zich tot een heuse one-stopshop. Broodnodig om zich te onderscheiden van de concurrentie binnen de kleine kunstgrasniche, benadrukt de CEO. "Naast de kunstgrasmat leveren we onder meer de schokabsorberende lagen, net zoals alle bijbehorende uitrusting om de sport te beoefenen."

AAN DE WERELDTOP

En ook tijdens de levensduur van het sportveld blijven experts de technische en prestatiekenmerken opvolgen. Om het letselrisico tot een minimum te beperken en ervoor te zorgen dat het terrein aan de keuringsvereisten blijft voldoen. Het bedrijf heeft intussen erkenningen op zak van verschillende internationale sportfederaties: "Samen met zes andere bedrijven wereldwijd zijn we 'FIFA preferred producer' voor voetbalvelden."

Op een decennium tijd slaagde Sports & Leisure Group erin om door te stoten tot de absolute wereldtop in zijn sector, maar tijd om achterover te leunen is er niet. John Penninck: "Samen met het onderzoekscentrum ERCAT van de UGent blijven we onze systemen finetunen. Verder staat de verdere verduurzaming van ons product hoog op de agenda. Zo beten we de spits af met biodegradeerbare grondstoffen in onze grasmatten."

ID SPORTS & LEISURE GROUP

Locatie: Sint-Niklaas

Aantal medewerkers: 310 voltijdequivalenten

Omzet (2019): € 130.680.538

Exportaandeel in de omzet (2019): 75%

Aandeel niet-EU-landen in de export: 25%

www.slggroup.be



DE 6 ZINTUIGEN

VAN EEN SUCCESVOLLE EXPORTEUR

AMBITIEUZE EXPORTEURS GOOIEN LIJF EN LEDEN IN DE STRIJD OM VAN HUN ZAAK EEN INTERNATIONAAL SUCCES TE MAKEN. EN DAT IS NOG ZACHT UITGEDRUKT. WANT WIE DE BUITENLANDSE MARKT WIL VEROVEREN, HEEFT NAAST VEEL DURF EN DOORZETTINGSVERMOGEN OOK AL ZIJN ZINTUIGEN NODIG. VOOR DE 19E EDITIE VAN DE LEEUW VAN DE EXPORT PRIKKELEN WE DE ZINNEN VAN ONZE SPONSORS. ZO ILLUSTREREN WE DAT OOK RUIKEN, HOREN, VOELEN, SMAKEN, ZIEN EN EVENWICHT CRUCIAAL ZIJN VOOR UW OVERLEVINGSKANSEN OP HET INTERNATIONALE SPEELVELD.





CREDENDO

“LAAT JE NIET BIJ DE NEUS NEMEN, DEK JE IN TEGEN EXPORTRISICO'S”

WIE OVERWEEGT TE EXPORTEREN, HEEFT ZONDER TWIJFEL EEN NEUS VOOR ZAKEN. MAAR RUIKT U HET OOK WANNEER IETS NIET IN DE HAAK ZIT? ONZE SNUFFERD WAARSCHUWT ONS DOORGAANS VOOR GEVAAR. EN ALS HET OP INTERNATIONAAL ONDERNEMEN AANKOMT, IS CREDENDO HET REUKORGAAN BIJ UITSTEK. WE STEKEN ONZE – HOE KAN HET OOK ANDERS – NEUS OP BIJ NABIL JIJAKLI, GROUP DEPUTY CEO BIJ EEN VAN EUROPA'S GROOTSTE KREDIETVERZEKERAARS.

Credendo weet als geen ander wanneer het zaakje stinkt. Welke risico's onderschatten kandidaat-exporteurs nog te vaak?

Nabil Jijakli: “Doorgaans geldt: hoe verder je gaat, hoe groter de mogelijke risico's. Europa is een vrij stabiele en mature markt. Maar wie verder wil groeien en daarom export naar Azië of Afrika overweegt, stuit mogelijk op geopolitieke onrust, corruptie of zelfs gewapende conflicten. Dat kan het zakendoen bemoeilijken. Informeer je dus altijd grondig over het economische klimaat en de lokale spelregels op je buitenlandse markt.

Daarnaast is het belangrijk te weten met wie je te maken krijgt. Is je klant een volstrekt onbekende of werkten jullie al samen in het verleden? Sprokkel zoveel mogelijk informatie. Online berichtgeving is een goede graadmeter, maar durf een potentiële klant ook zelf aan de tand te voelen. Krijg je geen duidelijke antwoorden op je vragen, dan moet er al een alarmbel afgaan. Verder verdienen ook de contractuele voorwaarden je aandacht. Die verschillen vaak per land en zijn niet altijd even waterdicht.”

Soms hangt er een reukje aan een buitenlandse betaling. Hoe kunnen kandidaat-exporteurs zich indekken tegen wanbetalers?

Nabil Jijakli: “Uit onze jaarlijkse exportbarometer blijkt dat zo'n 60% van de Vlaamse bedrijven ooit te maken krijgt met wanbetalers. Dat cijfer verrast me telkens weer. Bovendien beschermen relatief weinig bedrijven zich hiertegen. Nochtans biedt een kredietverzekering dekking voor zo'n betalingsrisico. Maar ook hier geldt: steek op voorhand je licht op over de financiële gezondheid van je debiteurs. Vraag je buitenlandse klanten waar mogelijk om vóór de levering te betalen, of leg het voorschotbedrag voldoende hoog. Zo vermijd je onaangename verrassingen. Daarnaast kunnen een 'letter of credit' en verzekeringsproducten zoals een koperkrediet of forfaiting verdere zekerheid van betaling bieden.”

Het was de voorbije maanden allesbehalve rozengeur en maneschijn op de internationale markt. Op welke manier is export in coronatijden risicovoller geworden?

Nabil Jijakli: “De beschikbaarheid en accuraatheid van de financiële informatie is wellicht het meest heikele punt van deze crisis. Geen enkel bedrijf kan op dit moment een betrouwbaar businessplan of prognose voorleggen voor 2021. Dat creëert onzekerheid op de markt. Gelukkig nam de overheid enkele ondersteunende maatregelen om exporteurs te helpen deze periode te overbruggen. Als openbare kredietverzekeraar streven we er bovendien naar om de continuïteit van ons verzekeringssysteem te behouden. Anders dan tijdens de financiële crisis van 2008, waarbij heel wat bedrijven hun dekking verloren, konden we nu een herverzekeringprogramma op poten zetten voor private kredietverzekeraars, op voorwaarde dat ze de handelsactiviteiten van hun verzekerde bedrijven blijven dekken.”

CREDENDO

CREDENDO

- is een van Europa's grootste kredietverzekeraars;
- is actief in alle segmenten van kredietverzekering en politieke risico's;
- biedt wereldwijd dekking tegen risico's van internationale handelstransacties;
- ziet de uitreiking van de Leeuw van de Export elk jaar als een bevestiging van de dynamiek van ons bedrijfsleven.



BNP PARIBAS FORTIS

“EXPORTPLANNEN? SPITS DE OREN EN LUISTER NAAR EXPERTS!”

HOREN IS GOUD IN DE WERELD VAN EXPORT. WIL U UW BUITENLANDS AVONTUUR ECHT GOED VOORBEREIDEN, DAN STELT U NIET ALLEEN UZELF DE JUISTE VRAGEN, MAAR LEGT U OOK UW OOR TE LUISTEREN BIJ ERVARINGSDESKUNDIGEN. DENK AAN PARTNERS, KLANTEN, COLLEGA-EXPORTEURS ÉN EXPERTS. BNP PARIBAS FORTIS HEEFT OOR NAAR VRAGEN VAN INTERNATIONALE ONDERNEMERS EN BIEDT BETROUWBAAR ADVIES. “NOGAL WAT EXPORTERENDE BEDRIJVEN ROEPEN TE LAAT ONZE HULP IN”, ALDUS FRANK HAAK, HOOFD SALES GLOBAL TRADE SOLUTIONS.

Ondernemers met weinig exportervaring horen het vaak donderen in Keulen bij het financiële plaatje. Waarmee moeten ze rekening houden bij het budgetteren van hun exportplannen?

Frank Haak: “Zoveel zaken zijn cruciaal bij budgettering en prijszetting: werkkapitaal, wisselkoersrisico's en valuta-interessen, prefinanciering, winstmarges, verzekeringen, invoerrechten en andere lokale taksen, prijszetting van concurrenten ... Wij adviseren klanten of prospects altijd om te vertrekken van een worstcasescenario. Nogal wat bedrijven storten zich onvoldoende voorbereid in hun eerste buitenlandse avontuur: er is een opportuniteit en die grijpen ze – met niet zelden een ontgoocheling en financiële opdoffer tot gevolg.

Onze experts hebben jarenlang ervaring met export en de BNPP Group heeft wereldwijd teams. Zo kunnen we zowel algemene als landenspecifieke tips geven. Neem nu een machinebouwer die machines op maat wil maken en uitvoeren. Die raden we aan om bij de budgettering rekening te houden met de herbruikbaarheid van die machine: kunnen ze die machine nog verkopen als de buitenlandse klant die plots niet meer wil afnemen of als export naar dat land onmogelijk wordt door een handelsembargo of een noodsituatie?”

Jullie hebben duidelijk oor voor de vragen van exporterende bedrijven. Wie kan bij BNP Paribas Fortis terecht voor advies?

Frank Haak: “Iedereen! Maar dat gebeurt eigenlijk nog te weinig. Ondernemers durven vaak geen advies te vragen, soms uit angst dat het hen geld kost. Terwijl het hen op termijn heel veel geld kan besparen. Een 'letter of credit' of documentair krediet is bijvoorbeeld een aanrader voor iedereen die voor het eerst exporteert naar het buitenland. Dit document – in combinatie met een confirmatie door onze bank – garandeert dat de exporteur zijn geld zal krijgen, mits afgifte van de juiste documenten. De koper, van zijn kant, kan erop rekenen dat zijn goederen – of diensten – correct geleverd zullen worden.”

Wie niet horen wil, moet voelen: wat kan een exporteur zonder documentair krediet doen bij wanbetaling?

Frank Haak: “Krijg je je facturen niet betaald, dan kan de bank van de tegenpartij gecontacteerd worden, in de hoop dat zij het bedrag alsnog voorschieten. Maar ik ben daar nogal fatalistisch in: de kans dat het goedkomt zonder financieel verlies is zeer miniem. Eens je je goederen aan de douane hebt achtergelaten, verlies je meestal alle controle erop. Vandaar het belang van een goede voorbereiding: luister naar het advies van je bank en organisaties als FIT en geef er gehoor aan. Zo dek je je in tegen een pak exportrisico's.”



**BNP PARIBAS
FORTIS**

BNP PARIBAS FORTIS

- biedt een volledig pakket aan van financiële producten en diensten voor iedereen – van particulieren en ondernemingen tot instellingen en Private Banking;
- internationale groep, met vestigingen in meer dan 60 landen;
- is in België¹ de nummer 1-bank voor import (± 40% marktaandeel) en export (± 25% marktaandeel): biedt advies/financiering en kan ook helpen bij het ontdekken van nieuwe exportmarkten via 'Trade Development';
- is fier dat Vlaanderen bij de top 10 van grootste exportregio's van de wereld behoort en geeft exporteurs met plezier een duw in de rug, onder andere door de Leeuw van de Export te sponsoren.

¹ Cfr. statistieken NBB



PROVINCIE OOST-VLAANDEREN

“TAST NIET IN HET DUISTER: LAAT U BEGELEIDEN OP UW BUITENLANDSE AVONTUUR”

VOELT U PERFECT AAN WAT ER LEEFT OP DE INTERNATIONALE MARKT? ALS EXPORTEUR VOLGT U ONGETWIJFELD DE TRENDS IN UW SECTOR EN ZET U CONTINU UW INTERNATIONALE VOELSPRIETEN OP. DANKZIJ EEN DOORDACHTTE EXPORTSTRATEGIE BEREIKT U EEN NIEUW PUBLIEK, ZONDER DE VOELING MET DE BESTAANDE DOELGROEPEN TE VERLIEZEN. EXPORTEREN DOET U ECHTER NIET ALLEEN. ZO ONDERSTEUNT PROVINCIE OOST-VLAANDEREN LOKALE BEDRIJVEN OM NIEUWE MARKTEN AF TE TASTEN. KURT MOENS, EERSTE GEDEPUTEERDE EN BEVOEGD VOOR ECONOMIE, LEGT UIT.

Hoe bereiden Vlaamse kandidaat-exporteurs zich het best voor om niet in het duister te tasten op een nieuwe markt?

Kurt Moens: “Wanneer Provincie Oost-Vlaanderen die vraag krijgt, wijzen we hen onmiddellijk door naar FIT, met wie we nauw samenwerken. FIT moet immers de eerste stap zijn voor elke ondernemer die buitenlandse markten wil aanboren. Dat klinkt heel logisch, maar wij merken dat vooral kleinere bedrijven nog niet altijd de weg vinden naar de juiste instanties. Ze focussen vaak zo sterk op hun product en alles wat daarbij komt kijken, dat er weinig tijd overblijft voor zaken zoals organisatie en sales. Terwijl dat quasi net zo belangrijk is om succesvol te ondernemen en te exporteren.”

Voelen jullie zelf wat er leeft op het vlak van internationale samenwerking? Waarop zet ze het sterkst in?

Kurt Moens: “We investeren al vele jaren in netwerking en projectwerking. Als lid van de Vlaams-Nederlandse Delta en Euregio Scheldemond en als provinciaal contactpunt voor EFRO lanceren we heel wat internationale initiatieven met allerlei partners. Een project dat bijzondere aandacht verdient, is ‘Soft landing Flanders’: samen met de Stad Gent en UGent stimuleren we start-ups, scale-ups en internationaal talent om zich in Oost-Vlaanderen te vestigen. We subsidiëren sinds kort ook Oost-Vlaamse kennisinstellingen die intensiever willen samenwerken met collega’s in het buitenland.”

Als u even uw voelsprietten opzet: welke sectoren zijn exportkampioen in de provincie? En waar is er nog onontgonnen terrein?

Kurt Moens: “De transportmiddelensector doet het traditioneel heel goed, met dank aan Volvo Cars, Volvo Trucks en Honda. Met een aandeel van 16,5% in de totale export, ligt de uitvoer van transportmiddelen in Oost-Vlaanderen vier keer zo hoog als in België. Daarna volgt de voedingsindustrie met 12,3%.

Opportunities zijn er vooral in de dienstensector: diensten maken maar 17,5% uit van de totale export in Oost-Vlaanderen, terwijl dit aandeel in België 28,3% is. Dit heeft onder meer te maken met de concentratie van de financiële sector in het Brusselse, maar toch lijkt de Oost-Vlaamse dienstensector wat koudwatervrees te hebben om de stap naar het buitenland te zetten. Belangrijke boodschap dus voor alle dienstverleners: zelfs al voelt de sprong onvertrouwd aan, durf toch – letterlijk – je grenzen te verleggen.”



PROVINCIEBESTUUR OOST-VLAANDEREN

Het provinciebestuur Oost-Vlaanderen is actief in domeinen zoals onderwijs, recreatie, land- en tuinbouw, leefmilieu, ruimtelijke ordening, mobiliteit en economie. Als toekomstgerichte organisatie werkt ze samen met tal van andere partners aan een innovatief, creatief en duurzaam Oost-Vlaanderen.

Het ondersteunt de Leeuw van de Export omdat de prijs positief bijdraagt aan het economische imago van de provincie Oost-Vlaanderen. De prijsuitreiking toont het grote publiek dat de tijd van ‘ondernemen rond de kerktoren’ al lang voorbij is.



DHL EXPRESS

“DURF TE PROEVEN VAN VERRE MARKTEN, OOK BUITEN EUROPA”

EXPORT IS GEEN KLEIN BIER. MAAR WIE DE SMAAK TE PAKKEN HEEFT, WIL NIET MEER TERUG. VIA GERICHTE PROSPECTIES KRIJGT U EEN VOORSMAAKJE VAN WAT U TE WACHTEN STAAT IN EEN BUITENLANDSE MARKT. WANT WAAR U OOK KOMT, LOKALE VOORKEUREN EN VERSCHILLEN QUA ZAKENCULTUUR VRAGEN OM EEN AANGEPASTE AANPAK. ALS CEO BELUX BIJ DHL EXPRESS KON DANNY VAN HIMSTE AL UITGEBREID PROEVEN VAN DE GLOBALE HANDELSMARKT. DE GEKNIPT PERSOON DUS OM ONZE VRAGEN ROND INTERNATIONALISERING AAN VOOR TE SCHOTELN!

Heel wat Vlaamse kmo's hebben honger naar meer. Wat is het recept voor een succesvolle exportstrategie?

Danny Van Himste: "Naast lef en ambitie heb je een weloverwogen go-to-marketstrategie nodig. Vergewis jezelf ervan dat je product of dienst relevant is voor de nieuwe markt. Wat bij ons in de smaak valt, lusten ze daarom nog niet in het buitenland. Waak er ook over dat je intellectuele eigendom ook in een nieuwe markt goed is ingedekt tegen copycats of diefstal. Want producten of diensten die in Vlaanderen beschermd zijn, zijn dat niet per se voldoende in de rest van de wereld. Ga tot slot na of je je product makkelijk kan introduceren in een nieuwe markt. Breng aandachtspunten in kaart zoals logistieke lijnen, vertaalslagen, culturele verschillen, lokale wet- en regelgeving, douanekosten, betalingsmodaliteiten ... Mijn tip voor wie voor het eerst van export wil proeven: kies een afzetmarkt waar betalen op voorhand – of binnen een relatief korte termijn – gangbaar is. Zo start je alvast met een gezonde cashflow."

Hoe zou u twijfelaars overtuigen om toch te proeven van internationalisering?

Danny Van Himste: "Door hen te wijzen op de talrijke voordelen. Export is niet alleen een groeiversneller, maar maakt je ook beter opgewassen tegen magere jaren. Door je afzetmarkten te spreiden, houden economisch zwakkere en sterkere gebieden elkaar in balans en spreid je de risico's. Zo kan export helpen om een crisis te boven te komen. Spaanse kmo's trokken na de bankencrisis van 2008 bijvoorbeeld massaal naar Latijns-Amerika met hun aanbod. En met succes: na een terugval van soms wel 50% zagen ze hun omzet opnieuw stijgen."

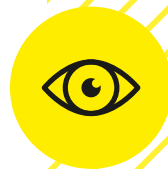
Soms zijn er gebeurtenissen die roet in het eten gooien, zoals de brexit. Wat is uw ultieme tip voor bedrijven om een wrange nasmaak te vermijden?

Danny Van Himste: "De meeste voorbereidingen zijn intussen rond, maar toch benadruk ik het graag nog eens: zorg dat je over een EORI-nummer beschikt als je exporteert naar het VK. De brexit zal de internationale handel onvermijdelijk hertekenen, met name op het vlak van transport en logistiek. Gelukkig zijn er manieren om je daartegen te wapenen. Investeren in een lokaal magazijn bijvoorbeeld, al is dat voor kmo's doorgaans geen optie. Een express-leveringsoptie voorzien biedt dan een budget- en klantvriendelijk alternatief."



DHL EXPRESS

- is een van de grootste koerierdienstverleners ter wereld;
- biedt zowel particuliere diensten als een logistiek aanbod voor bedrijven aan;
- is actief in meer dan 220 landen met ruim 100.000 werknemers;
- ziet elk jaar de uitreiking van de Leeuw van de Export als een manier om de Vlaamse export in woord en daad te ondersteunen.



NORTH SEA PORT

“HOU EEN OPEN BLIK OP DE WERELD, MAAR KIES TEGELIJK EEN DUIDELIJKE FOCUS”

IN EEN EXPORTAVONTUUR STAPT U NIET BLINDELINGS. MARKTANALYSES EN PROSPECTIES ZIJN GEEN OVERBODIGE LUXE OM TE BEPALEN WELKE EXPORTMARKT HET MEEST GESCHIKT IS VOOR UW PRODUCT. HOU DAARBIJ EEN OPEN BLIK OP DE WERELD: VREEMDE CULTUREN BRENGEN UITDAGINGEN MAAR OOK VELE OPPORTUNITEITEN MET ZICH MEE. ALS CRUCIALE TOEGANGSPOORT BRENGT NORTH SEA PORT DE WERELDMARKT DICHTER DAN OOIET. CEO DAAN SCHALCK DEELT ZIJN VISIE OP INTERNATIONAAL ONDERNEMEN, INCLUSIEF HANDIGE TIPS.

Hoe verkennen kandidaat-exporteurs een bepaalde markt het best? Waar moeten ze op letten?

Daan Schalck: “Een open blik is een must, maar focus is net zo belangrijk. Concentreer je op één ding: wat wil je echt bereiken of welke markt wil je echt bespelen? Zorg ook dat je doelstellingen haalbaar zijn. Een forse dosis ambitie is natuurlijk nooit verkeerd. Maar om te beginnen, kies je beter een project met een hoge slaagkans. Zodra je een eerste succes boekt, krijg je meer vertrouwen. Wat automatisch meer succes in de hand zal werken. Daarnaast moet een beginnend exporteur zijn buitenlandplannen goed voorbereiden. Stel een helder en duidelijk exportplan op. Ga je op een buitenlandse missie, bepaal dan vooraf wat je in dat land zoekt en wie je wil ontmoeten: partners, aankopers, een afzetmarkt ... Bij de voorbereiding kan je gerust de hulp van derden inschakelen, maar het kan opportuun zijn om de eerste stappen zelf te zetten of er nauw bij betrokken te zijn. Niemand kent je producten en doelstellingen immers beter.

Eigenlijk kan je exporteren vergelijken met een buitenlandse reis maken: je beslist vooraf of je een strand-, berg- of cultuurvakantie wil en je plant je bezoeken in. Doe je dat niet, dan kom je misschien wel van een kale reis terug. Met een financiële kater.”

North Sea Port geniet een hoog aanzien binnen de globale wereldhandel. Waarom kiest een exporteur voor zeetransport?

Daan Schalck: “Wie grote volumes wil vervoeren over een grote afstand en daar tijd voor heeft, transporteert over de zee. Zeetransport is goedkoper dan luchttransport en het is uitstekend georganiseerd: er is altijd wel een rederij met de nodige expertise om je goederen veilig te vervoeren. Ook belangrijk: voor zeetransport gelden vrij universele regels. Vervoer je via land, dan zijn er in elk land andere overeenkomsten. Last but not least spelen ook duurzaamheidsmotieven een rol: onze ecologische voetafdruk is kleiner dan die van luchttransport. Mede daardoor vervoerde North Sea Port de voorbije jaren 20% meer goederen. Wat niet wil zeggen dat we ons niet moeten mengen in het klimaatdebat. Ook zeetransport moet milieuvriendelijker worden.”

De coronacrisis is ongezien en laat zijn sporen na. Hoe schat u de impact in voor exporterend en transporterend Vlaanderen?

Daan Schalck: “Tussen maart en juni tekenden we een verlies van 16% op. Ondertussen zijn we uit dat dal geklommen: in

juli en augustus zagen we een lichte heropleving. Een volledig herstel verwachten we in 2021 nog niet, maar al bij al houden we goed stand. We draaien nog altijd hogere volumes dan tijdens de economische crisis in 2009. Dat is hoopgevend.”

Veel Vlaamse exportbedrijven werken vooral Europees, waardoor ze weinig in contact komen met douaneformaliteiten. Brengt de brexit daar verandering in?

Daan Schalck: “Het ziet er alweer meer naar uit dat het een brexit met een beperkt akkoord zal worden. Voor bedrijven die nu naar het VK exporteren, zouden de douanehandelingen en mogelijke importtaksen een bijkomende last en extra kosten betekenen. Sommige ondernemingen zullen misschien zelfs beslissen om niet meer te exporteren naar het VK. Ik vrees dus voor nogal wat negatieve gevolgen.”



NORTH SEA PORT

- is een grensoverschrijdende haven, ontstaan eind 2017 door de fusie van Havenbedrijf Gent en Zeeland Seaport;
- is de nummer 3 van de Europese havens qua toegevoegde waarde (14,5 miljard euro in 2019) en de nummer 8 in goederenverkeer (71,5 miljoen ton goederenoverslag in 2019);
- telt 98.372 medewerkers, verdeeld over 525 bedrijven;
- is een multimodale haven die het achterland ontsluit via verschillende types transport – met focus op de binnenscheepvaart;
- is bij uitstek een internationale omgeving en rekt op FIT-vertegenwoordigers voor alle contacten in het buitenland. Door de Leeuw van de Export te ondersteunen, ondersteunt North Sea Port het belang van export: “Er zijn zoveel mooie producten in ons land. Zowel grote als kleine Vlaamse bedrijven moeten over de grenzen durven kijken om die producten aan de man te brengen.”



STAD GENT

“ONDERNEMEN IS EEN PRECAIRE EVENWICHTS-OEFENING – ZOWEL LOKAAL ALS INTERNATIONAAL”

WIE INTERNATIONAAL ACTIEF IS, HEEFT IDEALITER OOK EEN STERKE LOKALE MARKTPOSITIE OM OP TERUG TE VALLLEN. DAT EVENWICHT BEWAREN, DAAR KAN HET LOKALE BESTUUR BIJ HELPEN. NIET ENKEL DE PROVINCIE OOST-VLAANDEREN ONDERSTEUNT ZIJN ONDERNEMERS IN HUN LOKALE ÉN INTERNATIONALE DROMEN. OOK DE STAD GENT LEGT VEEL GEWICHT IN DE SCHAAL – HEEL VAAK IN NAUWE SAMENWERKING MET DE PROVINCIEDIENSTEN.

Welke lokale en internationale focuspunten houdt Stad Gent in balans?

Stad Gent: “Gent staat sterk in healthtech, digitale economie, biotech en cleantech – de economie van de toekomst. Op die speerpuntsectoren wil de stad verder inzetten. De ambities zijn groot: Gent wil zich internationaal op de kaart zetten als een toonaangevende Europese technologiestad. Maar uiteraard verliest de Stad Gent ook het evenwicht tussen technologiebedrijven en tussen andere sectoren niet uit het oog. Daarbij mikken we bovendien op een mooie balans tussen starters en gevestigde waarden.”

Hoe ondersteunt Stad Gent bedrijven in hun eigen evenwichtsoefening?

Stad Gent: “We zijn een echte gesprekspartner voor groeiers. In actieve samenwerking met provinciale, Vlaamse en federale betrokken diensten helpen we ondernemers met innovatiesteun, investeringsprojecten, internationalisering enzovoort. Maar we bieden ook kwaliteitsvolle dienstverlening aan gevestigde Gentse ondernemers en kandidaat-investeerders. Wij willen ondernemingen faciliteren in al hun vormen en levensfasen, zodat ze altijd sterk in hun schoenen staan. De stad kan immers niet zonder ondernemers. Zij zorgen voor economische welvaart en werkgelegenheid, voor dynamiek, verbinding en zuurstof. Zij zorgen ervoor dat Gent bruist. De potgrond om een zaak op te starten in onze stad is goed en dat willen we zo houden.”



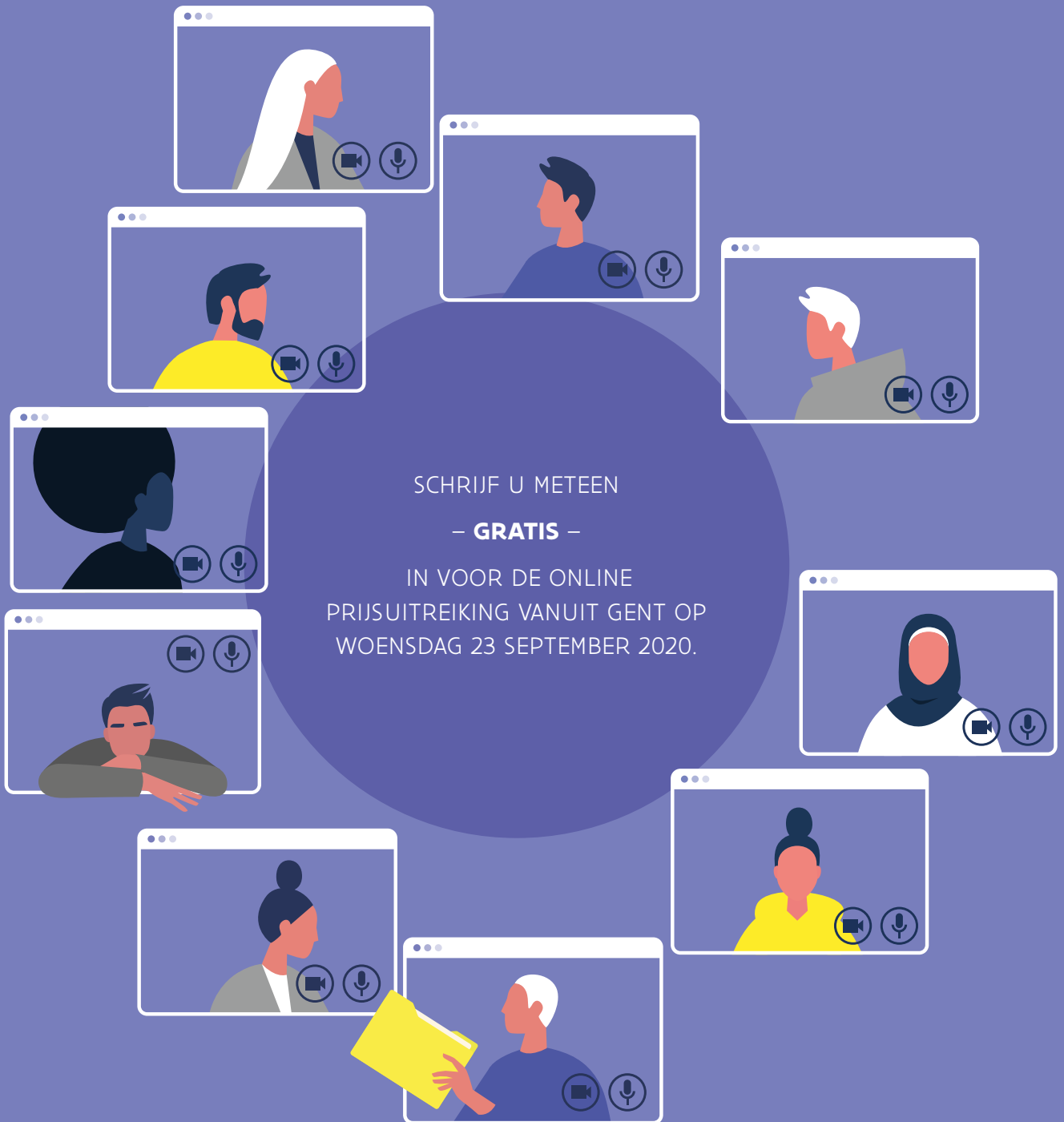
STAD GENT

Gent is een stad in volle groei en transitie. Om die groei te ondersteunen investeert het stadsbestuur fors. De slagzin ‘Ambitie en durf voor Gent’ illustreert het streven om een voortrekkersrol te spelen op het vlak van stedelijk beleid – van wonen, onderwijs en arbeid tot sociaal beleid en klimaat.

Het Gentse stadsbestuur telt een 10.000-tal medewerkers. Gentenaars met vragen rond ondernemen kunnen terecht in het Ondersteuningspunt Ondernemers Gent (OOG), een unieke dienst die een antwoord biedt op de meest uiteenlopende vragen.

Door de Leeuw van de Export te sponsoren, ondersteunt Stad Gent het belang van ondernemen, niet enkel in de Arteveldestad zelf maar ook ver daarbuiten.

BELEEF HET MEE!



SCHRIJF U METEEN

– GRATIS –

IN VOOR DE ONLINE
PRIJSUITREIKING VANUIT GENT OP
WOENSDAG 23 SEPTEMBER 2020.

MEER INFO EN REGISTREREN:
www.leeuwvandeexport.be

MARKTINFO

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

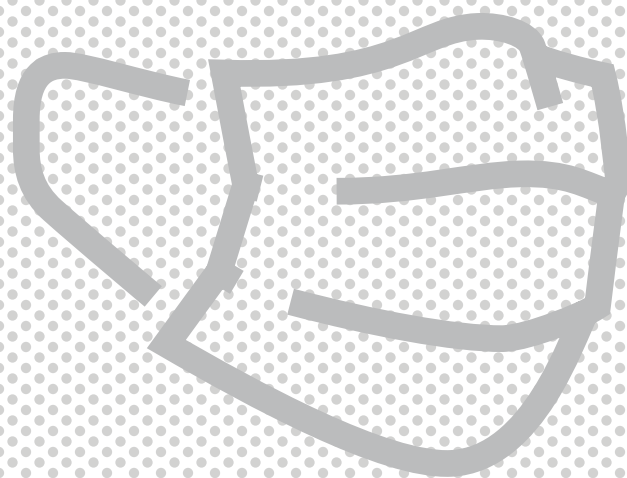
U KAN ZE ALLEMAAL GRATIS LEZEN EN DOWNLOADEN OP WWW.FLANDERSTRADE.BE, ONDER DE RUBRIEK 'LANDEN' OF 'SECTOREN'. DAAR VINDT U OOK DE HANDELSVOORSTELLEN UIT DE VERSCHILLENDE EXPORTBESTEMMINGEN DIE ONS DAGELIJKS BEREIKEN.

LE MARCHÉ DES DISPOSITIFS MÉDICAUX AU MAROC

Het afgelopen jaar kreeg ons FIT-kantoor in Casablanca meerdere vragen over de Marokkaanse markt en het afzetpotentieel voor Vlaamse medische apparaten. Het is duidelijk dat de coronacrisis deze sector stevig heeft belast. Verschillende landen – waaronder Marokko – zochten op zeer korte termijn medisch materiaal zoals mondkmaskers, ventilatoren ... om te importeren. Soms versoepelde de overheid de importprocedures, in andere gevallen werd de export belemmerd.

Hoog tijd om stil te staan bij de reglementering rond medische apparatuur in Marokko:

- Hoe ziet de wetgeving en regelgeving eruit?
- Wie kan de Vlaamse exporteur begeleiden tijdens het tijdrovende proces van het verkrijgen van licenties?
- Waar vindt u in- en uitvoerstatistieken?
- En tot slot, wie zijn mogelijke commerciële partners?



NIEUWE MOBILITEITS-CONCEPTEN EN DE IMPACT OP DE DUITSE AUTO-INDUSTRIE

Duitsland geldt als een van de belangrijkste landen voor de ontwikkeling en productie van auto's. Wereldwijd wordt het design, technisch vernuft en de betrouwbaarheid van de wagens 'made in Germany' bewonderd. Maar sinds enige tijd is er een omwenteling merkbaar in de auto-industrie. Die wordt vooral gedreven doordat autorijden in de toekomst vrijwel zeker elektrisch, (semi-)autonoom en verbonden ('vernetzt') zal zijn. Meer weten? Lees het in de beknopte studie van ons kantoor in Stuttgart. Ontdek de mogelijke gevolgen voor Duitsland, alsook de risico's en opportuniteiten voor toeleveranciers.

DE VOEDINGSDISTRIBUTIE IN NOORWEGEN

Vier groepen domineren de Noorse retailmarkt: NorgesGruppen, COOP, Reitangruppen en Bunnpriss ASA. Met uitzondering van de grootste – NorgesGruppen, dat meer een aankoopgroep is – controleren de andere drie de goederenstroom van producent naar consument. In deze studie ontdekt u interessante organisaties en informatiekantoren, en gespecialiseerde vakbladen voor de voedingssector. Een compleet overzicht met de namen van de aankoopverantwoordelijken binnen de distributiegroepen en de adressen van de belangrijkste leveranciers/importeurs kan u aanvragen bij FIT Oslo (oslo@flanderstrade.com). Of stel uw vraag in ons provinciale kantoor in uw buurt, onze collega's zorgen voor de juiste verwijzing.

INVOERRECHTEN EN FISCAL STIMULANSEN IN BRAZILIË

Brazilië staat bekend om zijn complexe belastingstelsel. Zo kunnen importgoederen op de lokale markt bijna twee keer zo duur worden door het heffen van allerlei belastingen. Het land is altijd zeer terughoudend geweest in het verlagen van invoerrechten. Brazilië gebruikt de hoge invoertarieven als instrument om zijn eigen industrie te beschermen tegen externe concurrentie. Deze barrière geldt echter voor iedere exporteur. Het is dus zaak om goed voorbereid deze markt te betreden.

Zo past Brazilië bepaalde speciale douaneregelingen toe die van toepassing kunnen zijn op bepaalde importactiviteiten of bepaalde industrieën. Sommige producten kunnen bijvoorbeeld gebruikmaken van lagere invoerrechten (het zogenaamde 'ex-tarifario') wanneer er lokaal geen soortgelijk product beschikbaar is. Bovendien bieden sommige staten voordelen aan bedrijven die via hun grondgebied importtransacties uitvoeren. Daarom kan het de moeite lonen om deze staten te bezoeken tijdens uw volgende prospectiereis.

Het doel van dit rapport is om u een eerste overzicht te geven van wat u kan verwachten op fiscaal vlak bij export naar Brazilië.

OVERVIEW OF THE MINING INDUSTRY IN PERU

De mijnbouw in Peru is van historisch belang. Volgens de 'National Society of Mining, Oil and Energy' (SNMPE) was de mijnbouwactiviteit in de afgelopen 10 jaar goed voor 9% van het bbp en voor 60% van de Peruviaanse export. Ook voor de jobcreatie is deze industrie erg belangrijk. Volgens een studie van het 'Peruvian Economy Institute' (IPE) wordt er voor elke directe baan gegenereerd in de mijnbouw, 6,25 extra banen gecreëerd in andere sectoren.

DE SECTOR VOOR VERWERKTE VLEESPRODUCTEN IN JAPAN

Op 18 mei 2020 keurde de Europese Commissie een inkrimping van de met Afrikaanse varkenspest besmette zone in België goed. Die uitbraak werd ontdekt op 13 september 2018. Het zette de Belgische export naar Japan van verwerkte vleesproducten – in 2016 en 2017 nog fel gestegen – plots stop. Gelukkig konden de Belgische autoriteiten de verspreiding zeer beperkt houden. De Europese Commissie spoort dan ook landen aan die de import van Belgisch varkensvlees verboden hadden, inclusief Japan, om de grenzen terug open te stellen. Intussen is de handelsrelatie tussen de EU en Japan sterk veranderd, niet in het minst door de Economic Partnership Agreement (EPA) die inging op 1 februari 2019.

Deze paper schetst een beeld van de algemene Japanse economie en de relatie met de EU. Daarna gaat ze dieper in op de markt voor vlees en specifiek op verwerkte vleesproducten. Andere hoofdstukken behandelen de importreglementeringen en de preferentiële invoertarieven van het EPA, en de oorsprongsregels die gelden om hiervan gebruik te maken.

ENERGY TRANSITION IN AUSTRALIA

Ons kantoor in Melbourne schreef een uitgebreide marktstudie over de energiesector in Australië. U leest hierin meer over:

- de algemene energiemarkt in Australië;
- de distributienetwerken;
- fossiele energie;
- duurzame/hernieuwbare energie;
- de overgang naar duurzame energie en de financiering hiervan;
- huidige en toekomstige projecten rond duurzame energie.

THE RENEWABLE ENERGY SECTOR IN THE U.S.A.

Lees meer over de trends in de Amerikaanse energie-industrie. De vraag naar elektriciteit uit hernieuwbare energiebronnen blijft groeien. Ook is er behoefte aan nieuwe technologieën, zodat de productiekosten kunnen blijven concurreren met fossiele brandstoffen. Ontdek welke mogelijkheden de VS kan bieden voor Vlaamse bedrijven. In deze marktstudie vindt u nog een reeks interessante links naar handelsverenigingen en andere bronnen. Zoekt u nadien meer informatie of potentiële Amerikaanse zakelijke contacten? Neem contact op met het FIT-kantoor in Houston.



HOE OMGAAN MET UITSTAANDE FACTUREN IN DE VAE?

Tot voor kort waren betalingsproblemen een zeldzaam fenomeen in de VAE. De huidige omstandigheden in combinatie van een geleidelijke daling van de vastgoedprijzen, aanhoudend lage olieprijsen, geopolitieke problemen en het COVID-19-virus hebben de marktomstandigheden danig verslechterd. Daardoor is een sterke stijging van niet-tijdig betaalde facturen merkbaar. Deze paper zoekt uit wat uw opties dan zijn.

Download alle marktstudies op
www.flanderstrade.be

CHARLENE VANOPBROEKE

MET DROEFHEID MELDEN WE HET PLOTSE OVERLIJDEN VAN CHARLENE VANOPBROEKE, OP 3 AUGUSTUS. ONZE DIERBARE COLLEGA EN VOOR VELEN EEN ROTS IN DE BRANDING. ZE ZAL DOOR HET HELE FIT-TEAM GEMIST WORDEN, ALS MENS, ALS COLLEGA ÉN ALS VRIENDIN.



Al van het prille begin maakte Charlene deel uit van de FIT-familie. Eerst als pr- en communicatiemedewerker en de voorbije twee decennia als adviseur Internationaal Ondernemen voor haar geliefde regio 'Vlaamse Ardennen'. Veel lokale ondernemers zullen zich haar herinneren als een enthousiaste ambassadeur voor de export en de diensten van FIT. Vier jaar geleden werd Charlene ziek, maar dat hield haar niet tegen om te blijven werken, schrijven en reizen. Soms met vallen en opstaan, maar vastberaden om alles uit het leven te halen. Het afscheid kwam te vroeg en onverwachts.

Ons medeleven gaat uit naar de familie van Charlene. We wensen hun veel sterkte toe in deze moeilijke tijden.

ROUWREGISTER VIA FIT

De familie nam afscheid in intieme kring. Collega's, professionele relaties, vrienden en kennissen die via FIT hun medeleven willen betuigen, kunnen een boodschap achterlaten in het rouwregister via rouwregistercharlenevanopbroeke@fitagency.be.

BREXIT



TERUG VAN NOOIT WEGGEWEEST

ZO HANDELT U DE LAATSTE BREXIT- LOODJES AF

TOEN DE BREXIT OP 1 FEBRUARI EEN FEIT WERD, TEKENE ZICH METEEN EEN GOUDEN RANDJE AF. ZO GING EEN OVERGANGSPERIODE IN WAARBIJ ALLES NOG TOT EIND 2020 BIJ HET OUDE ZOU BLIJVEN. EEN PAAR WEKEN LATER LEEK ECHTER NIETS NOG HETZELFDE TOEN ZOWAT DE HELE WERELD IN LOCKDOWN GING DOOR HET CORONAVIRUS. MAAR WIE DACHT DAT DE CORONACRISIS OOK DE BREXIT EVEN IN DE KOELKAST ZOU STOPPEN, BLEEK ERAAN VOOR DE MOEITE. DE BRITTEN HADDEN TOT EIND JUNI OM EEN VERLENGING VAN DE OVERGANGSPERIODE AAN TE VRAGEN, MAAR DAT DEDEN ZE NIET.

Het gevolg laat zich raden. Het is nu vijf voor twaalf voor de onderhandelaars om in de komende maanden tot een globaal akkoord te komen over de toekomstige handelsrelaties tussen het VK en de EU. Maar zelfs al gooien beide partijen het op een akkoord, dan nog zal er heel wat veranderen voor wie handel drijft met het VK. Hans De Backer, corona- en brexit-coördinator bij FIT, zet de belangrijkste zaken op een rij.

VEEL OP HET SPEL

Bij het ter perse gaan van deze Wereldwijs was de berichtgeving over de brexit weinig rooskleurig. De onderhandelingen zouden in het slop zitten. Hoe schat u de slaagkans in?

Hans De Backer: "Persoonlijk blijf ik voorzichtig optimistisch. Toen de coronacrisis op zijn hevigst woedde, werd er weinig onderhandeld. Sinds de zomer zitten de onderhandelaars wekelijks rond de tafel. Op veel vlakken is er vooruitgang geboekt, maar op twee cruciale punten – gelijk speelveld en visserij – blijft het water diep. Enerzijds wil het VK vlotte toegang tot de Europese markt, maar tegelijk zo soeverein mogelijk blijven. Anderzijds wil de EU haar markt – met ruim

FLANDERS
INVESTMENT
& TRADE



Vlaanderen
is internationaal
ondernemen

450 miljoen consumenten – pas openen als de Britten een gelijk speelveld garanderen door hun regelgeving voldoende af te stemmen op de Europese marktregels. Verder wil de EU voldoende quota's zodat de Europese visserijvloot kan blijven vissen in Britse wateren."

"Een brug slaan tussen die twee standpunten, wordt een huza-renstuk. Maar net omdat de belangen aan beide zijden immens zijn, denk ik dat er een kans op slagen is. Springen de onderhandelingen af zonder akkoord, dan komen er invoerrechten. Voor heel wat sectoren – zoals de productie van voertuigen, voeding, textiel, kleding en zelfs bepaalde kunststoffen – zou dat nefast zijn. En dat wil niemand, noch de EU, noch de Britten. Het spreekt dan ook boekdelen dat de EU deze zomer een brexit-reserve van 5 miljard euro heeft aangelegd om in het geval van een 'no deal' de meest getroffen lidstaten bij te staan: er staat veel op het spel."

VRIJ GOEDERENVERKEER VOORBIJ

Op 1 januari verlaten de Britten sowieso de interne Europese markt en de douane-unie. Los van een handelsakkoord, komt er dus hoe dan ook een eind aan het vrije goederenverkeer tussen de EU en het VK. Wat betekent dit voor Vlaamse bedrijven?

Hans De Backer: "Als Vlaamse exporteur zal je douaneformaliteiten, zoals uitvoeraangiftes, moeten vervullen wanneer je goederen naar het VK uitvoert. Om dat te doen, heb je een EORI-nummer nodig om je bedrijf te identificeren bij de douane. Ook gespecialiseerde software kan essentieel zijn om alle processen digitaal te beheren. Vooral voor kleinere bedrijven zijn douaneformaliteiten een complexe zaak om op eigen houtje in goede banen te leiden. Zij doen er goed aan om een douanevertegenwoordiger in de arm te nemen. Al wacht je daar beter niet te lang mee, want die specialisten zijn dun gezaaid."

"Nu beseffen de Britten ook wel dat er vertraging in het spel is. Daarom voert het VK de douaneformaliteiten in drie fases in. Vanaf 1 januari 2021 komen er eerst douanecontroles op accijnsgoederen, zoals alcohol en tabak, en risicovolle dieren en planten. Voor standaardgoederen heb je dan nog zes maanden om de douaneaangifte in orde te brengen. Vanaf 1 april worden de controles strenger: ook bij export van dierlijke en plantaardige producten zijn dan veiligheidsdocumenten en voorafgaande kennisgeving verplicht. Pas vanaf 1 juli moet je voor alle soorten goederen een volledige douaneaangifte vervullen en worden alle goederentypes gecontroleerd in de 'Border Control Posts.'"

Brengt het einde van vrij goederenverkeer ook nieuwe btw-verplichtingen met zich mee?

Hans De Backer: "Algemeen blijft export naar het VK ook na de brexit-overgangperiode vrijgesteld van btw. Alleen moet je die vrijstelling vanaf dan formeel verantwoorden via het zogeheten 'Exemplaar 3' van de douaneaangifte. Of je ook een Brits EORI- en btw-nummer nodig hebt, hangt af van de Incoterms of leveringsvoorwaarden van je Britse contracten.

De kans bestaat immers dat je ook de importaangifte voor je rekening moet nemen.

Gaat het bijvoorbeeld om een 'Delivery Duty Paid'- of DDP-overeenkomst, dan ben je zelf verantwoordelijk voor alle douanestappen aan weerszijden van het Kanaal. Het gevolg: je hebt zowel een Brits btw- als een Brits EORI-nummer nodig om ook invoeraangiftes in te dienen via het CHIEF-systeem van de Britse douane. Bij een 'Ex Works'- of EXW-overeenkomst daarentegen, moet de Britse importeur de export- en importaangifte afhandelen, evenals alle transport en verzekeringen. Dan volstaat een Belgisch btw-nummer."

LOGISTIEK VOORBEREID

Toen de brexit voor het eerst in het nieuws kwam, doken al snel doemscenario's op over ellenlange wachttijden aan de Britse grens. Hoe zijn de logistieke vooruitzichten nu?

Hans De Backer: "Alles hangt af van de mate waarin de bedrijven en goederentransporteurs aan beide kanten van het Kanaal zijn voorbereid. Een aantal kleinere transportspelers hebben zich de afgelopen maanden teruggetrokken uit de Britse markt. Grotere logistieke spelers, daarentegen, vormden zich om tot heuse douanespecialisten.

Daarbij investeerden sommigen in automatisering om ook douaneformaliteiten af te handelen. De administratieve rompslomp kan immers grote proporties aannemen. Vóór je je goederen bij de douane aanmeldt, moet je bijvoorbeeld eerst een Safety & Security Declaration of een Entry Summary Declaration invullen. Daarnaast moet de chauffeur beschikken over een Master Reference Number of een Brits EORI-nummer om de invoeraangifte te bewijzen.

Ook de Vlaamse havens staken een tandje bij en ontwikkelden onder meer apps voor transporteurs om een vlotte goederenstroom te garanderen. De haven van Zeebrugge heeft daarbij bijvoorbeeld een kleurensysteem uitgerold om te vermijden dat truckchauffeurs de haven binnenrijden wanneer de douaneformaliteiten onvoldoende of niet in orde zijn."

'DIVERSIFIEER' ALS EXPORTMANTRA

Nog een laatste advies nu de brexit-overgangperiode op zijn einde loopt?

Hans De Backer: "Dat de onderhandelingen nog aan de gang zijn, hoeft je niet tegen te houden om de koe bij de horens te vatten. Veel Vlaamse exporteurs zijn in grote mate afhankelijk van handel met de Britten. En dat terwijl de Vlaamse export naar het VK in april met maar liefst 38% is teruggevallen: beduidend sterker dan de gemiddelde daling van 27,7%. Het is dus nu of nooit om je marktpositie op Britse bodem met man en macht te verdedigen. Maar het blijft ook in de komende maanden zaak om andere markten te verkennen en je exportactiviteiten te diversifiëren om risico's te spreiden. Daarvoor bestaan trouwens heel wat steun- en adviesinstrumenten die je via FIT kan aanvragen. Doen, zou ik zeggen!"

DE ULTIEME BREXIT-CHECKLIST

TO DO'S VÓÓR 1 JANUARI 2021

AANDACHTS-PUNT	TO DO	BENODIGDE TIJD
DOUANE-FORMALITEITEN	Vraag een Belgisch EORI-nummer aan.	Enkele dagen
	Huur een externe douanevertegenwoordiger in als uw personeel niet vertrouwd is met het PLDA-aangiftesysteem van de douane.	Enkele weken
	Installeer gespecialiseerde douanesoftware als u veel aangiftes zal moeten doen.	Enkele maanden
	Vraag eventuele douanevergunningen aan (bv. douane-entrepot, actieve of passieve veredeling).	Enkele maanden
	Bij Delivered Duty Paid-verkoop (DDP): vraag een Brits EORI- en btw-nummer aan.	Enkele dagen
	Bij DDP-verkoop: huur een Britse 'customs agent' in voor de invoer-aangifte in het VK en een 'fiscal agent' voor de Britse btw-aangifte.	Enkele weken
INVOERTARIEVEN (BIJ EEN NO-DEAL)	Check via www.gov.uk/check-tariffs-1-january-2021 of er invoertarieven gelden voor uw goederencodes. Zo ja, voorzie uw contracten van een prijszonderhandelingsclausule.	Enkele uren
	Focus op exportdiversificatie indien deze tarieven mogelijk tot marktverlies in het VK leiden.	Enkele maanden
VOEDSELVEILIGHEIDS-CONTROLES	Voor export van risicovolle dieren en planten: bereid u voor op controles aan de Border Control Posts of Designated Points of Entry.	Enkele dagen
	Voor export van levende dieren: bekom een gezondheidsattest via de Vlaamse dienst voor dierenwelzijn.	Enkele dagen
BTW (PROCEDURE EN AANGIFTE)	Voor btw-vrijstelling: zorg dat u formeel kan aantonen dat uw goederen de EU-grens zijn overgestoken (daarvoor dient Exemplaar 3 van de douaneaangifte opnieuw in uw bezit te komen).	Enkele dagen
	Bereid u voor om uw btw-aangifte en handelsrapportering via Extrastat te doen (in plaats van via Intrastat).	Enkele dagen
EINDE VRIJ PERSONENVERKEER	Bepaal of u in het VK extra EU-personeel nodig heeft (alleen personen met specifieke skills zullen nog op Britse bodem aan de slag kunnen).	Enkele weken
LOGISTIEKE VOORBEREIDING	Ga na of uw logistieke partners en transporteurs voorbereid zijn om de nodige aangiftes te doen aan Belgische en Britse zijde.	Enkele weken
	Check of uw logistieke partners ook optreden als douanevertegenwoordiger en/of ze het aangifteproces kunnen automatiseren.	Enkele maanden
FINANCIËLE IMPACT	Breng interne meerkosten van de brexit in kaart.	Enkele weken
	Bij facturatie in Britse pond: vraag uw bank hoe u zich kan indekken tegen wisselkoersrisico's.	Enkele weken
INTELLECTUELE EIGENDOM	Bepaal hoe u nieuwe merken of modellen zowel in de EU als het VK zal deponeren.	Enkele weken

6 TIPS IN DE LAATSTE RECHTE LIJN NAAR DE BREXIT

1. BRENG HET VOLLEDIGE KOSTENPLAATJE IN KAART

Douane-uitklaringen en -inklaringen, nieuwe IT-infrastructuur, logistieke aanpassingen, bufferstocks, personeelsopleidingen ... De brexit veroorzaakt mogelijk heel wat interne en externe meerkosten. Breng die in kaart op basis van uw huidige transacties met het VK om cashflowvoorspellingen te maken en financiële buffers aan te leggen.

2. GA DE MOGELIJKE IMPACT VAN INVOERRECHTEN NA

Zonder handelsakkoord tussen de EU en het VK komen er invoerrechten op basis van de tarieven van 'meest begunstigde natie' van de Wereldhandelsorganisatie. Bedrijven die het zekere voor het onzekere willen nemen, maken idealiter een inschatting van de impact van dit scenario op hun prijzen en verkoop als deel van hun cashflowanalyse.

3. DEK U IN TEGEN WISSELKOERS- EN ANDERE FINANCIËLE RISICO'S

Het Britse pond is volatieler geworden, met hogere wisselkoersrisico's tot gevolg. Die kan u het hoofd bieden door contracten in euro te onderhandelen of door een wisselkoersclausule te voorzien, zodat u prijsaanpassingen kan doorvoeren. Is dit niet mogelijk, check dan bij uw bank of een termijncontract of andere financiële instrumenten nodig zijn.

4. VOLG DE WERELD VAN NORMEN EN VERPAKKINGEN OP DE VOET

De impact van de brexit op normen en verpakkingsvoorschriften zal in eerste instantie beperkt zijn. Maar na verloop van tijd kunnen de Europese en Britse spelregels van elkaar afwijken. Volg deze materie op via uw beroepsfederatie, het Belgisch Bureau voor Normalisatie (NBN) en het Belgisch Verpakkingsinstituut (BVI).

5. MAAK UW CONTRACTEN BREXIT-PROOF

Herlees al uw bestaande contracten om na te gaan of de contractuele verplichtingen ook na de brexit-overgangperiode werkbaar blijven voor uw bedrijf. Veranderen de oorspronkelijke voorwaarden bijvoorbeeld te ingrijpend, dan doet u er goed aan om uw handelscontracten te heronderhandelen met uw afnemers in het VK.

6. DIVERSIFIEER UW EXPORTACTIVITEITEN

Bent u in grote mate afhankelijk van export naar het VK, maak dan zeker gebruik van de laatste maanden van de brexit-overgangperiode om alternatieve markten te onderzoeken. FIT helpt u graag uw diversificatiemogelijkheden in kaart te brengen en na te gaan voor welke ondersteunende subsidies u mogelijk in aanmerking komt.

VAN PRAKTISCHE WEBINARS TOT STRATEGISCH ADVIES: VRAAG HET AAN FIT

Advies over de brexit inwinnen? De impact van de brexit op uw onderneming onderzoeken? Deelnemen aan praktische webinars? Uw 'Go Beyond Brexit'-strategie vormgeven? FIT staat u bij met raad en daad. Neem contact op met ons brexit-team via brexit@fitagency.be. Of ontdek onze tips en webinars op www.brexitready.be.

SNEL SCHAKELLEN IN CRISISTIJD



YES, WE CAN!

'NEVER WASTE A GOOD CRISIS', WORDT WELEENS GEZEGD. DAT ONDERVOND OOK HET ENTERPRISE EUROPE NETWORK AAN DEN LIJVE TOEN HET CORONAVIRUS DE WERELD IN DE GREEP KREEG. ER WERD RAZENDSNEL GESCHAKELD OM HET PROFESSIONELE NETWERK ONLINE OP DE BEEN TE HOUDEN. MÉT RESULTAAT! "ONDERNEMERS VOELDEN ZICH NIET IN DE STEEK GELATEN", ZEGT LUTGART SPAEPEN, DIRECTEUR VAN DE VLAAMSE TAK. "MENSEN ONDERSTEUNEN EN VERBINDEN, ZELFS OP HET HOOGTEPUNT VAN DE STORM, DAARIN LIGT DE KRACHT VAN HET NETWERK."

We schrijven maart 2020, de grenzen gaan dicht, het ene event na het andere wordt afgelast. De vragen van ongeruste bedrijfsleiders stromen binnen. "De nood aan ondersteuning was groter dan ooit, dus konden we ondernemers niet in de kou laten staan", steekt Lutgart Spaepen van wal. "Op korte tijd vormden we onze hele organisatie om tot een online portaal. Zo blijven we onze klanten 'persoonlijk' ontmoeten, zij het van op afstand."

Digitaal werken was het netwerk niet vreemd, hoe concreet was die omslag?

Lutgart Spaepen: "Online registraties waren al een deel van ons matchmakingverhaal. Bedrijven geven zo aan wie ze op een beurs willen ontmoeten. Maar nu events en persoonlijke bijeenkomsten zijn uitgesteld, lanceerde het Enterprise Europe Network digitale matchmakingplatformen. Via deze weg maken bedrijven online kennis. Dat werd positief onthaald. Het Eurostars-matchmakingevent bijvoorbeeld was goed voor 159 virtuele meetings."

Is netwerken toch niet vooral een face-to-face gebeuren?

Lutgart Spaepen: "Persoonlijk contact werkt uiteraard het beste, maar de online drempel bleek minder groot dan gedacht. We noteerden meer deelnames, waardoor bedrijven die we anders niet bereiken, meer voor het voetlicht traden. Ook voor de komende events blijven de inschrijvingen hoog. Voor het open forum 'Care & Industry together against Corona' staat de teller inmiddels op 841 registraties uit 39 landen."



Advies voor uw onderneming binnen handbereik



Bedrijfsleiders vinden dit zo een waardevol alternatief, dat we het in de toekomst vaker willen inzetten. Al zullen we nooit exclusief online werken. Beurzen en bedrijfsbezoeken hebben vandaag zeker nog hun nut, maar voor een eerste bedrijfscontact zijn digitale meetings ook interessant, zeker intercontinentaal.”

Bedoelt u dat het digitale samenwerken veel drempels wegneemt?

Lutgart Spaepen: Jazeker! Fysieke meetings houden in een internationale setting is een zware kostenpost en moet je goed voorbereiden om efficiënt te zijn. Online vergaderen heeft het voordeel dat je makkelijker buitenlandse collega's of partners betreft. Bovendien werk je een pak sneller. Vooral dat laatste is tijdens de huidige gezondheids crisis erg belangrijk gebleken. Bij een tekort aan medische hulpmiddelen moet je onmiddellijk kunnen schakelen en niet de volgende beurs of prospectie afwachten. De krachtvolle samenwerking die ik de voorbije maanden ervaarde, was hartverwarmend.”

In nood kent men niet alleen zijn vrienden, maar ook zijn pappenheimers. Heeft het netwerk zijn naam waargemaakt?

Lutgart Spaepen: Absoluut! Samen met de collega's van FIT en VLAIO hebben we veel vragen van lokale ondernemers beantwoord. Vooral het sluiten van de grenzen, en de importrestricties en kwaliteitsissues voor medisch materiaal uit bijvoorbeeld China brachten veel onrust teweeg. Bedrijven wilden daarnaast ook zelf aan de slag om mondklappers te produceren en vroegen ons om raad. Dankzij de nauwe contacten met partnerorganisaties in binnen- en buitenland speelden we kort op de bal. Omgekeerd brachten we de Europese Commissie snel alle relevante info aan vanuit de kmo-wereld, zodat zij een zicht kregen op de potentieel strategische producenten. De wisselwerking met onze Enterprise Europe Network-partners is er altijd al geweest, maar ik merkte toch een andere dynamiek. Er was een **sense of urgency**, los van politieke of economische belangen. Dat bracht een grote solidariteit tot stand onder de leden van het netwerk. Niet enkel om eigen klanten te helpen, maar iedereen die daar nood aan had. We beseften immers heel goed dat wat onze collega's in Lombardije overkwam ons de dag nadien ook kon overkomen. Voor elke vraag, hetzelfde antwoord: **'Yes, we can!'**. Dat schept een band voor de toekomst.

De pandemie is nog niet voorbij, wat staat er nog op stapel binnen het netwerk?

Lutgart Spaepen: “Twee jaar geleden zijn we gestart met Peer Learning Sessions waarbij we Vlaamse bedrijven in contact brengen met buitenlandse spelers om van elkaar te leren. Dit stond telkens garant voor een boeiende driedaagse rond hete hangijzers uit het bedrijfsleven. In het najaar plannen we voor het eerst een volledig online event samen met de Nederlandse, Spaanse en Duitse collega's. Daarnaast blijven we bedrijven maximaal informeren over de Europese initiatieven. In de eerste plaats zijn er de vele vragen rond EU-wetgeving, standaardisering etc. We merken in deze crisistijd ook een groeiende interesse in de Europese

subsidieprogramma's. Kandidaten die dossiers indienden en een preselectie passeren, ondersteunen we bij de voorbereiding via zogenaamde 'mock pitches': een simulatie waarbij we ondernemers adviseren hoe ze hun pitch kunnen verbeteren. Ook dit doen we nu online. Dat geeft ons de kans om – waar nodig – een internationale jury van netwerkcollega's samen te stellen. Bedrijven krijgen hierdoor verschillende waardevolle visies op hun dossier en voelen zich na zo'n oefening gesterkt om Europees hun zaak te verdedigen.”

Tot slot, welke lessen trekken bedrijven uit deze crisis?

Lutgart Spaepen: “Meer dan ooit is gebleken dat je als bedrijf niet afhankelijk mag zijn van één markt. We zullen bedrijven met internationaliseringsambities nog meer stimuleren om te diversifiëren in hun partners en markten. FIT zit aan het stuur om die ambities mee waar te maken, en het team van Enterprise Europe Network helpt hen daarbij. Daarnaast zien we een toenemend aantal vragen rond certificering. Het belang van adequate veiligheids- en kwaliteitsgaranties is gebleken, zowel voor producten als voor diensten. De crisis heeft ondernemers zeker wakker geschud op dat vlak.”

COVID-19- ENQUÊTE: EUROPA ROEPT KMO'S OP OM ERVARINGEN TE DELEN

Kmo's worden bijzonder hard getroffen door de coronacrisis. Veel Europese ondernemingen ondervinden een verstoring van de toeleveringsketen, die hun voortbestaan bedreigt. Om haar herstelbeleid hierop af te stemmen, verzamelt de Europese Commissie zo veel mogelijk nuttige informatie. Vul de vragenlijst in via: <https://een.ec.europa.eu/news/how-your-business-coping-supply-chain-disruptions-caused-covid-19>. Enterprise Europe network zorgt mee voor de opvolging van de vragen die kmo's daarin formuleren.

BENIEUWD HOE ENTERPRISE EUROPE NETWORK VLAANDEREN OOK U KAN BIJSTAAN?

Neem voor een advies op maat contact op met Lutgart Spaepen via lutgart.spaepen@vlaio.be.

UITGELICHT

Extra steunmaatregelen: REBOOT YOUR EXPORT

In ons Corona Exit-plan vormt het 'Reboot your export'-pakket een belangrijke pijler. Via deze steunmaatregel kunnen Vlaamse kmo's tegen lagere kosten en verbeterde betalingsvoorwaarden deelnemen aan FIT-groepsstanden op internationale (vak)beurzen of niche-evenementen.

LAGERE DEELNAMEPRIJZEN VOOR FIT-GROEPSSTANDEN

Omdat beurstanden erg gegeerd en vaak ook duur zijn, organiseert FIT groepsstanden voor Vlaamse kmo's tegen een voordelig tarief op de meest relevante vakbeurzen wereldwijd. Deze gunstige tarieven dalen nu nog dankzij het 'Reboot your export'-pakket, omdat FIT tijdelijk een hoger percentage van de kosten voor zijn rekening neemt. De maatregel geldt al zeker in 2020 en wordt – gezien de intentie van onze Vlaamse minister-president – waarschijnlijk verlengd in 2021. Pas in september weten we hier meer over. Vlaamse kmo's die in 2020 deelnemen aan een FIT-groepsstand op een internationale vakbeurs of niche-evenement hoeven zelf niets te doen om te genieten van deze maatregel. Voor de vakbeurzen in 2021 kunnen we de korting pas berekenen als we definitief uitsluitel hebben over de duurtijd van deze steunmaatregel.

VERBETERDE BETALINGSVOORWAARDEN

Ook onze betalingsvoorwaarden passen we tijdelijk aan. Zo kunnen Vlaamse ondernemingen in 2020 de helft voor aanvang van de FIT-actie betalen en de resterende helft 60 dagen erna. Diezelfde maatregel geldt ook voor de FIT-groepszakenreizen.

NOG CORONA-GERELATEERDE VRAGEN?

Stel ze via exportadvies-corona@fitagency.be.



WEBINAR

1 STARTERSPAKKET INTERNATIONALISERING (TO BE CONFIRMED)

22 en 24 september 2020

INSCHRIJVEN? Tot en met 20 september 2020 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Dienst subsidies op +32 25 04 88 64 of subsidies@fitagency.be

2 CORONA-STEUNPAKKET (TO BE CONFIRMED)

22 en 24 september 2020

INSCHRIJVEN? Tot en met 20 september 2020 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Dienst subsidies op +32 25 04 88 64 of subsidies@fitagency.be

KALENDER

WEBINAR

1 WERELDBANKPROJECTEN ALS ANTWOORD OP COVID-19

9 september 2020

INSCHRIJVEN? Tot en met 7 september 2020 op
www.flanderstrade.be
CONTACT? Johan Malin op +32 2 504 87 58 of
johan.malin@fitagency.be

2 LAST CALL VOOR DE BREXIT

21 september 2020

INSCHRIJVEN? Tot en met 16 september 2020 op
www.flanderstrade.be
CONTACT? Hans De Backer op +32 2 504 87 10 of
hans.debacker@fitagency.be

BEURS

3 2020 HEALTHCARE+ EXPO TAIWAN - TAIPEI

3 tot en met 6 december 2020

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 september 2020 op
www.flanderstrade.be
CONTACT? Linda Huybrecht op +32 2 504 88 37
of linda.huybrecht@fitagency.be

INSCHRIJVEN?

www.flanderstrade.be

**VRAGEN OVER
INTERNATIONAAL
ONDERNEMEN?**

**STEL ZE AAN
ONZE PROVINCIALE KANTOREN!**

Antwerpen > 03 376 12 10

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



LEEuw VAN DE EXPORT 2020

FLANDERS INVESTMENT & TRADE



Bart Swinnen, CEO Luminex
Winnaar Leeuw van de Export 2019

Wie wint de Leeuw van de Export 2020?

Kom het te weten op 23 september.
Registreer u nu en volg onze livestream,
waar u zich ook bevindt!

Meer info: LEEUVVANDEEXPORT.BE

