

WERELDWIJS

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

142

06 \ 2021

NONA DRINKS
VALT INTERNATIONAAL
IN DE SMAAK

INDIA IN
9 SPREKENDE CIJFERS

EDITO

Beste lezer,

Ondanks de coronacrisis blijven Vlaamse ondernemers de internationale kaart trekken, gelukkig maar! Het is de missie van FIT om hen daarbij optimaal te ondersteunen. Zo lanceerden we zopas een nagelnieuwe LinkedIn-pagina die Vlaamse exporteurs een mix zal bieden van praktische info, inspirerende verhalen, handelsvoorstellen en andere exportopportunities!. De showcase-pagina FlandersTrade vindt u terug via de algemene LinkedIn-pagina van FIT. Volgen is weten!

Intussen blijven we via Wereldwijs veelbelovende exportbestemmingen verkennen. India, bijvoorbeeld. Een bijzonder divers land en ook een van de snelst groeiende wereldeconomieën ter wereld. We beseffen heel goed dat de huidige coronasituatie de wenkbrauwen doet fronsen, maar als er één markt is die dit snel te boven kan komen, dan is het India. Onze landenexperten in New Delhi, Mumbai en Bangalore leggen uit waarom.

Traditiegetrouw nemen we in juli een korte pauze om de batterijen op te laden en daarna sterker terug te komen. Een van de hoofdthema's wordt dan de Leeuw van de Export 2021. In de tussentijd kan u op de hoogte blijven van recent nieuws via www.flanderstrade.be, Twitter en onze vernieuwde LinkedIn-pagina.

In naam van FIT wens ik u een deugddoende zomervakantie!

Veel leesplezier,

Claire Tillekaerts
Gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade



COLOFON

WERELDWIJS IS EEN UITGAVE VAN

FLANDERS INVESTMENT & TRADE

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

www.flanderstrade.be
wereldwijs@fitagency.be

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

06\2021 **142**

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

Jeroen Willems, Imagedesk.be,
Getty Images en Shutterstock

LAY-OUT EN DRUK

Vanden Broele Productions

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

WERELDWIJS

wordt gratis verspreid onder bedrijven.

WENST U EEN EXEMPLAAR?

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





4

IN GESPREK MET NONA DRINKS

VOOR IK HET
WIST, WAS EXPORT
DAGELIJKSE KOST.
NIET EVIDENT
VOOR EEN
TWINTIGER ZONDER
INTERNATIONALE
ERVARING.

12 DOSSIER

INDIA

een verhaal in cijfers

INHOUD

8 TELEX

20 MARKTINFO

22 20E EDITIE
LEEUEW VAN DE EXPORT

24 SUBSIDIE DIGITALE
INTERNATIONALE COMMUNICATIE

26 ONZE LINKEDIN-PAGINA

28 ENTERPRISE EUROPE NETWORK

30 KALENDER



ID

NONA Drinks in cijfers (2020)

- Sector: dranken
- Opgericht in: 2018
- Hoofdkantoor in: Gent
- Aantal voltijdse medewerkers: 6
- Exportaandeel in omzet: 20%
- Aanwezig in: 9 landen



NONA DRINKS VALT INTERNATIONAAL IN DE SMAAK

NOLO (NO ALCOHOL, LOW ALCOHOL) BEHOORT AL JAREN TOT ALLE TRENDLIJSTJES IN DE DRANKENSECTOR. DE OPMARS ZETTE ZICH TIJDENS DE CORONACRISIS ONVERMINDERD DOOR. ZO IS HET INTUSSEN MAINSTREAM GEWORDEN OM EEN AVONDJE TE GENIETEN MET ALCOHOLVRIJE OF -ARME DRANKJES OP TAFEL. NOOIT EERDER WAS ER ZO VEEL KEUZE AAN KWALITEITSVOLLE ALTERNATIEVEN. NIET ENKEL VOOR BIER, MAAR OOK VOOR STERKE DRANKEN OF SPIRITS. ZELFS GIN? JAZEKER, DANKZIJ DE GENTSE **CHARLOTTE MATTHYS** KAN U EEN ALCOHOLVRIJE GIN-TONIC DRINKEN ZONDER IN TE BOETEN AAN SMAAK EN BELEVING – IETS WAT OOK IN HET BUITENLAND VEEL WEERKLANK VINDT.

Tijdens de coronaperiode was het natuurreserveaat Bourgoyen-Ossemeersen een trekpleister voor jong en oud. De groene oase aan de Gentse stadsrand biedt dan ook de mogelijkheid om even te ontsnappen in de drassige graslanden. Maar Charlotte Matthys strekt er al haar benen van kinds af: "Als klein meisje maakte ik mijn eigen thee met de kruiden uit het reserveaat. Die nieuwsgierigheid en passie voor productontwikkeling is er nooit meer uit gegaan."

THE MAKING OF ... ALCOHOLVRIJE GIN

Hoe maak je gezonde voedingsproducten? Welke productieprocessen zorgen voor welk resultaat? En wat zijn de opties voor bewaring? Het zijn slechts enkele van de vragen waarop Charlotte Matthys een antwoord hoopte te vinden in haar studies voor bio-ingenieur. Met succes: kort daarop experimenteerde ze met eigen creaties.

Vanwaar de keuze voor een alcoholvrije gin?

Charlotte Matthys: "Enkele maanden na mijn studies wilde ik een alcoholvrij drankje bestellen tijdens een uitstap met vriendinnen. Ik werkte net en wilde fris zijn de volgende dag. De opties: water, frisdrank of een veel te zoete mocktail. Een smaakvolle, alcoholvrije variant voor gin-tonic – mijn lievelingsdrank – zat er al helemaal niet in. Toen ontstond het idee om zelf de handen uit de mouwen te steken. Ik vroeg enkele horecazaken of ze alcoholvrije gin op de kaart hadden en of er veel vraag naar was. Ik liet het concept nog even rijpen en hakte dan de knoop door: ik ruilde mijn startersjob voor het ondernemersleven en een eigen gin."

Hoe verliep het ontwikkelingsproces?

Charlotte Matthys: "Ik gaf mezelf een jaar de tijd om een product in de markt te zetten. Tijdens die periode riep ik geregeld het advies in van sommeliers en topchefs. Zij hielpen me

mee de ideale smaak te bepalen. Na vele maanden experimenteren in mijn huiskamer kwam ik zo terecht bij een mix van negen kruiden. Vandaar de naam NONA, Latijn voor negende. Bovendien is mijn creatie gebaseerd op de jeneverbes, het hoofdingrediënt van 'gewone' gin. Bij veel concurrenten is dat niet zo. Dat verklaart meteen het tweede deel van de naam: June – een verwijzing naar de juniper berry of jeneverbes.”

EERST TOPRESTAURANTS, DAN RETAIL

Wanneer mocht het grote publiek kennismaken met NONA June?

Charlotte Matthys: “De lancering vond plaats op de horecabeurs eind 2018. Mijn eerste klant kon meteen tellen: tweesterrenrestaurant Boury. Met die referentie presenteerde ik daarna mijn gin bij andere zaken. De eerste duizend flessen – die ik zelf labelde – waren op drie weken de deur uit. Ook andere toprestaurants zoals The Jane, Oak en Bartholomeus waren enthousiast.”

Mikte u bewust op horecazaken?

Charlotte Matthys: “Ja, ik wilde van hen ambassadeurs van het merk maken. De bedoeling was dat NONA June enkel bij hen en geselecteerde drankencentrales te verkrijgen zou zijn. Alledaagse winkels en grotere volumes zouden pas later volgen. Maar daar kwam door corona verandering in. De horeca ging op slot, waardoor ik sneller dan gepland de retail benaderde. Met succes: NONA June is vandaag onder meer in Delhaize en Bio-Planet te vinden. Intussen bouwde ik ook voort aan ons internationale traject.”

EXPORTKENNIS OPBOUWEN

Welke buitenlandse markten sprongen als eerste op de kar?

Charlotte Matthys: “Vanuit de buurlanden liep de interesse razendsnel binnen. Heel wat geïnteresseerde partijen namen contact op met mij nadat ze via hun businesspartners, persartikels of onze website over NONA Drinks hadden gehoord. Alles gebeurde heel organisch en voor ik het wist, was export dagelijkse kost. Niet evident voor een twintiger zonder internationale ervaring.”

Hoe wapende u zich om met die internationale interesse om te gaan?

Charlotte Matthys: “Voor informatie en ondersteuning speelde FIT een belangrijke rol, met onder meer advies van de provinciale adviseurs Internationaal Ondernemen. Zij dachten mee over mogelijke distributeurs, het marktpoten-

tieel, interessante beurzen ... Maar ook via de contactdagen en zelfs Wereldwijs stak ik veel op. Met de financiële steun van FIT ontwikkelde ik dan weer een meertalige website en videomateriaal.”

DE MEERWAARDE VAN GEDREVEN DISTRIBUTEURS

Welke exporttip uit de beginperiode staat voor u in steen gebeiteld?

Charlotte Matthys: “Focus eerst op de thuismarkt. Pas als je die voldoende beheerst, kan je stap voor stap de grenzen over. De verleiding is groot om meteen volle vaart vooruit te gaan als je product aanslaat, maar waarom het risico lopen om je te vergalopperen en zo je eigen ruiten in te slaan? Dat is ook hoe ik het aanpak met mijn kleine team: eerst de thuismarkt –

inclusief Nederland – en dan overige markten verkennen met een minimale inspanning.”

Hoe vertaalt dat voornemen zich in de praktijk?

Charlotte Matthys: “We werken samen met distributeurs die de marketing en verkoop in hun markt op zich nemen. Zij krijgen gedurende een beperkte periode de exclusiviteit om zich te bewijzen. Door de aanhoudende coronacrisis lopen sommige testperiodes iets langer door dan voorzien, maar het principe blijft overeind. Op die manier zijn we vandaag aanwezig in 9 markten: Nederland, Luxemburg, Frankrijk, Duitsland, Italië, Finland, Estland, Roemenië en Curaçao. Ons succes staat of valt er met de kwaliteit van onze partners.”

Verlopen die samenwerkingen voorsnog naar wens?

Charlotte Matthys: “Op een enkele uitzondering na wel. Zo is het bredere verhaal van NONA June voor ons een belangrijk element. Het gaat om een gezonde gin met enkel natuurlijke ingrediënten, een authentieke beleving en een unieke smaak – een lifestyle product, zeg maar. Een voormalige distributeur gebruikte NONA June daarentegen vooral om andere dranken mee in de kijker te plaatsen, waardoor ons verhaal geen plaats kreeg. Dan houdt het op en trekken we de stekker eruit.”

Waar gaat u op zoek naar mogelijke partners?

Charlotte Matthys: “Het leeuwendeel van onze huidige partners sprak ons aan, maar we steken ook zelf onze voelsprietten uit. Dat doen we onder meer tijdens vakbeurzen. Zo namen we deel aan Imbibe in het VK en Horecava in Amsterdam. Op enkele dagen tijd breid je er je netwerk uit, krijg je nuttige feedback en vorm je je een goed beeld van de concurrentie.

DE FANS VAN HET
EERSTE UUR ZIJN
STUK VOOR STUK
TOPRESTAURANTS.

DAAR STOND IK
DAN ALS TWINTIGER
ZONDER EXPORT-
ERVARING. GELUKKIG
BIEDT FIT EEN WAAIER
AAN OPTIES.

In die zin is het zelfs interessant om er enkel als bezoeker naartoe te gaan. Of een combinatie kan ook: twee dagen deelnemen, een dag bezoeken. Met de subsidie van FIT krijg je alvast een welkome ruggensteun.”

KRACHTEN EN INSPANNINGEN DOSEREN

Welk exportsucces zal u altijd bijblijven?

Charlotte Matthys: “In Finland ligt NONA June in Alko. Dat is een keten van enkele honderden staatswinkels die het alleenrecht hebben op de verkoop van sterke dranken. Slechts een beperkt aantal merken haalt de selectie, dus het is een mooie erkenning dat we erbij zijn. Met dank aan onze Finse distributeur, die niet enkel de onderhandelingen op zich neemt, maar ook de labels vertaalt. Daarnaast is ook het enthousiasme uit Dubai, Saudi-Arabië en Zuid-Korea een teken dat ons product een groot publiek aanspreekt. Maar zoals gezegd: we doen het stap voor stap.”

Hoe zorgt u ervoor dat de gin tot op elke bestemming raakt?

Charlotte Matthys: “We hanteren hiervoor hetzelfde motto: vertrouwen op onze partners. In onze contracten nemen we Ex Works op als Incoterm. Daarbij neemt de koper het logistieke proces op zich. Hij laadt de goederen in onze productiefaciliteit, verzorgt het transport en neemt alle kosten én risico's erbij. Alleen zo kunnen we met ons team alle markten efficiënt bedienen. We moeten onze krachten en investeringen doseren en vooral op onze eigen sterktes inzetten.”

EEN OPEN GEEST ALS DRIJVENDE KRACHT

Welk ander advies is nuttig voor beginnende exporteurs?

Charlotte Matthys: “Een simpele formule die voor mij goed werkt: test, learn, adapt. Die formule heb ik toegepast voor de ontwikkeling van NONA June, maar kan je doortrekken naar export. Neem Frankrijk als voorbeeld. Test je product er twaalf maanden en maak dan de balans op. Loopt de verkoop goed? Waarom wel of niet? Met de getrokken lessen pas je daarna je plan aan. Bij uitbreiding is deze aanpak

bruikbaar voor andere onderdelen van je bedrijfsvoering: van marketing tot je team. Het belangrijkste is dat je openstaat voor nieuwe inzichten en na elke ervaring – negatief of positief – sterker wordt.”

GEZOCHT: EXPORTMANAGER

Welke markten hoopt u in de toekomst aan te boren?

Charlotte Matthys: “De NoLo-trend leeft vooral in welvarende landen waar een gezonde levensstijl hoog in het vaandel wordt gedragen. Denk aan Noord- en West-Europa, maar evengoed aan Zuid-Afrika, Australië en Canada. Hoewel die laatste drie afzetmarkten nog niet voor morgen zijn, zijn we wel al aan de voorbereidingen begonnen. Zo is NONA Drinks er al een beschermd merknaam. Internationalisering is sowieso een van de drie speerpunten van ons actieplan voor de komende jaren.”

Wat zijn de overige speerpunten?

Charlotte Matthys: “Vooreerst ons team uitbreiden. Op dit moment werk ik met zes vaste medewerkers en twee freelancers. Alles wat export betreft, doe ik echter grotendeels zelf. Daar knelt het schoentje een beetje. We zijn intensief op zoek naar een exportmanager voor West-Europa om ervaring en expertise toe te voegen, terwijl ook de aanwerving van een brandingspecialist hoog op de prioriteitenlijst staat. Tot slot zouden we in de toekomst graag nieuwe NoLo-producten aan ons aanbod toevoegen. Maar daarover later ongetwijfeld meer.”



OVER ENKELE JAREN WILLEN WE NAAR ZUID-AFRIKA, AUSTRALIË EN CANADA. DAAROM IS ONS MERK ER NU AL BESCHERMD.

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.

6,66

Alsof de duivel ermee gemoeid is: Duvel 6,66, het gloednieuwe speciaalbier van **DUVEL MOORTGAT**, kaapt meteen podiumplaatsen weg. Het bier, speciaal gebrouwen voor de 150e verjaardag van de brouwerij, won tijdens 'Le Concours International de Lyon' goud in de categorie 'Haute Fermentation/Blond'. Duvel 6,66 is sinds februari te koop in de supermarkt en bij de bierhandel.

De jonge Molse microbrouwerij **BEER 4 NATURE** viel dan weer in de prijzen op de London Beer Competition, met twee zilveren medailles voor hun ambachtelijke karakterbieren Hert en Toekan. Het verhaal van Beer 4 Nature is behoorlijk uniek: 'dynamische Kempenzonen' Kevin Vleminx, Jeroen De Muynck en Pieter Vanhoof keren de winst niet aan zichzelf uit, maar gebruiken die om bossen te kopen. "Zo willen we aan de volgende generaties garanderen dat er ook in de toekomst nog bossen zijn waar we allemaal kunnen wandelen, spelen of gewoonweg genieten van de natuur."

////STOP////

Nog meer Belgisch bierplezier op de London Beer Competition, want de Tieltse brouwerij **DE POES** kaapte er maar liefst vijf medailles weg. De Poes Bruin haalde met 89 punten de hoogste score en een eerste plaats in de categorie 'Dark Strong Ale'. De andere prijsbeesten zijn De Poes Speciale Belge 83, De Poes Houblon, Blond en Export. De Tieltse brouwerij ontwikkelt regelmatig nieuwe varianten. Zo is er nu De Poes Foncee - Whiskey Infused.

////STOP////

Het Oudenaardse **MYSODA** won met zijn Woody bruiswatermaker de prestigieuze Red Dot Design Award Product Design 2021, in de categorie keukenapparatuur en accessoires. Traditioneel worden kleine keukentoeestellen gemaakt van plastic op fossiele basis. Mysoda kiest voor bijna 100% hernieuwbaar biocomposiet: net zo sterk als plastic, maar onschadelijk voor de planeet.

////STOP////

De jury van Red Dot bekroonde nog meer sterk Vlaams productdesign, waaronder de Leo shaker van het Limburgse **BERGHOFF**. De shaker, mét geïntegreerd poedercompartiment en mengbal, is een handig hebbeding voor actievelingen. BergHOFF creëert, produceert en verdeelt geavanceerde keukenontwerpen die de dagelijkse kookervaringen dat tikkeltje extra geven. Met succes, want ze winnen zo goed als jaarlijks meerdere designprijzen.

////STOP////

AVC GEMINO uit Kortrijk won een Red Dot Design Award voor zijn innovatieve product Space-R. Met de Space-R kunnen kantoren op een snelle manier verticaal ingedeeld worden. De plug-and-play wandprofielen zijn makkelijk te plaatsen en te verplaatsen, zonder schade aan het plafond of de vloer. Het bedrijf ziet de internationale erkenning als een mooie bekroning voor zijn R&D-inspanningen.

////STOP////

Duurzame oplossingen doen het goed op de internationale design awards. Het Kortrijkse **SMAPPEE** kreeg de iF Design Award 2021 voor de Smappee EV Base, een nieuwe slimme laadpaal. De EV Base onderscheidt zich van andere laadstations door de extra functionaliteiten en het gebruik van duurzame materialen, vond de jury. Dankzij de geïntegreerde led-verlichting is er bijvoorbeeld geen extra verlichting meer nodig op de parking, wat ook de veiligheid verhoogt.

////STOP////

De website die communicatiebureau **DUKE & GRACE** bouwde voor kinderbijslagfonds Infino won in de categorie Healthcare bij Kentico Xperience's jaarlijkse Site of The Year Awards. In een competitieve markt wil Infinito het verschil maken met gebruiksvriendelijke online dienstverlening. Of ook: "De KBC worden van de kinderbijslagfondsen." De erkenning van Kentico bevestigt dat ze op de goede weg zijn.

////STOP////

Van proteïneshakes naar de proteïnes zelf: het Gentse **AVECOM** werd als enige Belgische bedrijf geselecteerd als presentator op de TechTour Future21. Tijdens dat event worden Europese bedrijven en investeerders in contact gebracht met de meest veelbelovende en innovatieve ondernemers van het moment. Avecom maakte indruk met zijn 'Power to Protein'-technologie, waarmee ze duurzaam waardevolle eiwitten voor de menselijke voedingsindustrie ontwikkelen.

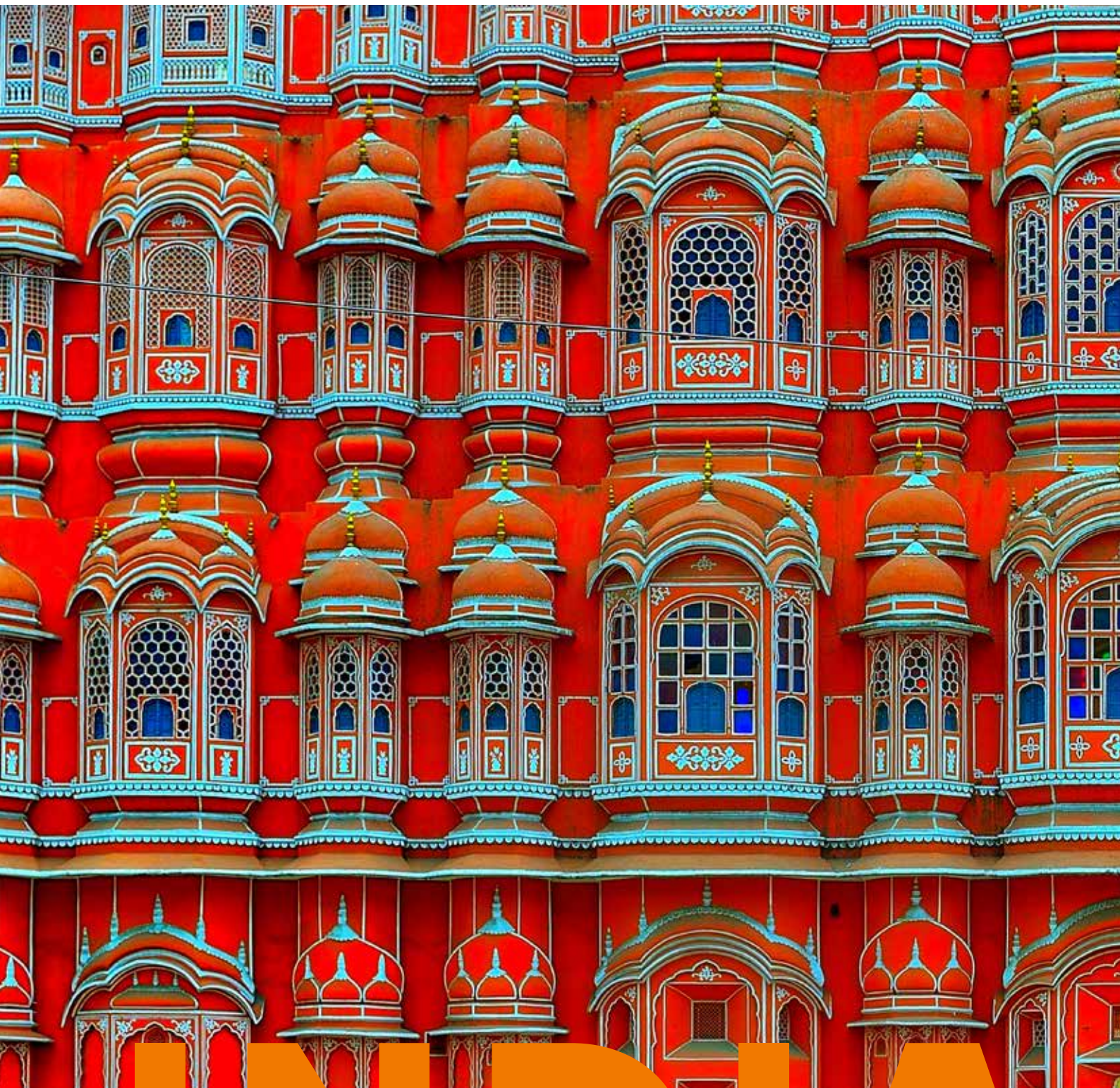
////STOP////

De Puurse **MANON VAN HORENBEKE** blijft ondanks haar jonge leeftijd – de studente fysica is nog maar 17 – potten breken in de internationale wetenschapswereld. In 2014 was ze al eens European Digital Girl of the Year. Nu kreeg ze op de Margaret Junior Awards van het Franse JFD (Journée Femme Digitale) de 'coup de coeur'-prijs van de jury voor haar plan om een platform te creëren dat meisjes enthousiasmeert voor wetenschap en technologie. Bij de prijs hoort een beurs van 1.000 euro en een inspiratiereis naar de VS.

////STOP////



DOSSIER



INDIA



INDIA IS EEN BIJZONDER DIVERS LAND IN ALLE BETEKENISSEN VAN HET WOORD. U VINDT ER ENKELE VAN 'S WERELDS GROOTSTE METROPOLEN, MAAR EVENGOED IMMENSE GEBIEDEN WAAR GEEN ZIEL TE BEKENNEN IS. VAN HET HIMALAYAGEBERGTE REIST U DOOR ENORME VLAKTES EN WOESTIJNEN NAAR TROPISCHE STRANDEN. DAARBIJ ONTMOET U MENSEN VAN HONDERDEN ETNISCHE GROEPEN EN ALLE WERELDRELIGIES. U HOORT ER MEER DAN 20 OFFICIËLE TALEN EN ZIET ER ARM EN RIJK IN EEN UNIEKE SYMBIOSE. EN DAT IS SLECHTS HET TOPJE VAN DE IJSBERG.

EEN VERHAAL IN CIJFERS

Ook op economisch vlak is India een wereld op zich. Daarom hebben we dit landendossier ietwat anders aangepakt. Een algemene schets van hét India van vandaag zou de realiteit immers onrecht aandoen. Wat bieden we u wel? Een verhaal in 9 sprekende cijfers, doorspekt met inzichten van succesvolle exporteurs en onze landenexperts ter plaatse.

2014

HET JAAR WAARIN PREMIER NARENDRA MODI AAN DE MACHT KWAM

De golf aan structurele hervormingen van eerste minister Modi heeft India voorgoed veranderd. De kernwoorden: liberalisering, modernisering en diversificatie. Het feit dat hij in 2019 vlot werd herkozen en zijn partij in de meeste staten het bewind voert, plaatst hem volgens kenners nu al op dezelfde hoogte als Jawaharlal Nehru en Indira Gandhi, twee van India's meest legendarische leiders.

In welke mate openen de hervormingen van premier Modi de deur voor exporteurs?

Babette Desfossez (landenexpert in New Delhi): "Een van de voornaamste verwezenlijkingen was de invoering van een nationale taks op producten en diensten in 2017 – vergelijkbaar met onze btw. Voorheen had elke Indiase staat zijn eigen systeem, wat de handel tussen staten enorm bemoeilijkte. Daarnaast focuste premier Modi op de digitalisering van overheidsdiensten, waaronder de douane. Het gevolg: minder corruptie, meer transparantie en snellere processen."

Vandaar de snelle opmars op Ease of Doing Business-ranking?

Babette Desfossez: "Inderdaad. India behoort al drie jaar op een rij tot de sterkste klimmers in de ranking, van een 142e plaats in 2014 naar een 63e plaats in 2020. Het mikpunt – de top 50 – is nu binnen handbereik. Pikant detail: de overheid focust nadrukkelijk op domeinen die de score verhogen. De ranking, die als we eerlijk zijn iets positiever is dan de realiteit, is een doel op zich geworden om buitenlandse investeringen aan te trekken. Dat is typisch India: als Indiërs écht iets willen, dan spelen ze het ook klaar. Hetzelfde geldt bijvoorbeeld voor het eigen ruimtevaartprogramma."

28+8

HET AANTAL INDIASE STATEN EN UNIETERRITORIA

In zekere zin is de bestuurlijke structuur van India vergelijkbaar met de EU en de Europese Economische Ruimte. Zo zijn er 28 staten die samen een geheel vormen, maar elk hun

eigen zakencultuur, regels en sterktes hebben. Daarnaast zijn er enkele regio's met een speciaal statuut.

Wat is de economische hoofdstad?

Ranjan Apte (landenexpert in Mumbai): "Mumbai – en bij uitbreiding de deelstaat Maharashtra – levert de grootste bijdrage aan het bbp en is goed voor zowat een kwart van de industriële productie. Zowel de belangrijkste internationale banken als het gros van de start-ups bevinden zich in de miljoenenstad. Ter illustratie: 70% van India's geldtransactie verloopt via Mumbai. De stad aan de Arabische Zee vormt ook het decor voor 's lands grootste haven. En als toemaatje behoort het kosmopolitische Mumbai tot de 8 rijkste steden ter wereld op basis van aantal miljardairs."

In welke mate worden de Indiase staten als uitvalsbasis gebruikt voor andere exportbestemmingen?

Ranjan Apte: "Veel hangt uiteraard af van de locatie. Zo onderhoudt Mumbai nauwe handelsrelaties met het Midden-Oosten, maak je vanuit het zuiden snel de sprong naar Sri Lanka en liggen de noordelijke en oostelijke staten vlak bij enkele sterk opkomende buurlanden, zoals Bangladesh. Maar ook de verbinding met Europa is uitstekend. Denk aan de directe maritieme lijnen tussen Port of Antwerp en India. Kortom: India is evengoed een wereld op zich als een springplank naar andere exportbestemmingen."

Zet India die strategische ligging ook in om zelf handel te drijven met alle grote handelsblokken?

Ranjan Apte: "Absoluut. De VS, de Arabische handelspartners, de Aziatische grootmachten en de EU nemen vrij vergelijkbare delen van de koek in. Er is met andere woorden geen afhankelijkheid van een bepaalde markt. Dat is tegelijk een van de hoofdredenen waarom India geopolitieke en macro-economische schokken goed opvangt."

12,5%

HET VERWACHTE GROEICIJFER VOOR DE INDIASE ECONOMIE IN 2021

Twee jaar na het verlies van de felbegeerde titel 'snelst groeiende grote economie ter wereld' is India op weg om zich terug naar de eerste plaats te hijsen. Volgens de vooruitblik van het IMF (april 2021) zal India dit jaar immers de enige grote economie zijn die met dubbele cijfers groeit. Het doet daarmee beter dan China, waar een groei van 8,4% wordt verwacht. Ook voor 2022 ogen de Indiase voorspellingen aantrekkelijk: een groei van 6,9%.

Belangrijke voetnoot: door de impact van de huidige coronagolf zullen bovenstaande cijfers waarschijnlijk naar beneden worden bijgesteld in een volgende evaluatie van het IMF.



1,3 miljard

HET AANTAL INWONERS IN INDIA

India is het op een na grootste land ter wereld qua bevolking. In de hele EU woont slechts een derde van de Indiase bevolking. Het aantal geboortes blijft bovendien sterk toenemen. Tegen 2027 zal India zelfs China voorbijsteken, volgens de VN, terwijl Delhi en Mumbai nu al tot de top 10 van meest bevolkte steden ter wereld behoren.

Hoe zit het met de koopkracht van de enorme bevolking?

Babette Desfossez: "Het is geen geheim dat er een grote kloof is tussen rijk en arm. Zo heeft 10% van de bevolking ongeveer 80% van de rijkdom in handen. Er zijn ongeveer 400.000 gezinnen die dollarmiljonairs zijn en 56 miljoen gezinnen die tot de middenklasse behoren. Daardoor is India opgeklimmen tot wat de Wereldbank een middeninkomen-land noemt."

Welke andere troeven kunnen de Indiërs voorleggen?

Babette Desfossez: "Vooreerst is India een van de weinige landen in de regio waar Engels een officiële taal is. Communiceren is dus geen probleem. Daarnaast gaat het om een heel jonge bevolking – ongeveer de helft is jonger dan 28 jaar – en is een groot deel goed geschoold. Velen hebben overigens ervaring in het buitenland opgedaan en zijn daarna teruggekeerd. Maar de grootste troef: Indiërs zijn bijzonder ondernemend en willen vooruit. Dat maakt van hen ideale zakenpartners."

BABETTE DESFOSSEZ DEELT 3 TIPS VOOR EEN VLOTTE COMMUNICATIE

1. KRAAI NIET TE SNEL VICTORIE

"Indiërs zijn van nature heel gedreven mensen. Maar een enthousiaste reactie wil niet altijd zeggen dat de deal binnen is. Volg daarom elke meeting nauwgezet op."

2. WEES OPEN

"Zakenlui weten alles van elkaar. Het is bijvoorbeeld normaal om te vragen wie je grootste klanten zijn, hoeveel omzet je met hen draait en hoe de concurrentie eruitziet."

3. BLIJF BESCHIEDEN

"Een blanke huidskleur maakt geen indruk, noch goochelen met dure woorden of een karrevracht aan ISO-normen. Wat wél werkt: respect en voeten op de grond."

3

HET AANTAL LOKALE FIT-KANTOREN

Met vertegenwoordigers in New Delhi, Mumbai en Bangalore heeft FIT een sterke aanwezigheid in India. Zij helpen exporteurs onder meer met de publicatie van handige marktstudies, handelsvoorstellen, info over handelsgebruiken en nog veel meer. Maar evengoed staan ze u bij door handelstarieven na te gaan, voorwaarden op te lijsten en mee te zoeken naar betrouwbare partners – iets wat in India van onschatbare waarde is.

India heeft de reputatie een moeilijke exportbestemming te zijn. Klopt dat?

Jayant Nadiger (landenexpert in Bangalore): "Ondernemers hebben toch enige exportervaring buiten de EU nodig om het hier te maken. En zelfs dan moet je jezelf de tijd geven om echt voet aan de grond te krijgen en de marktnoden te leren kennen. Doe je dat, dan zijn de mogelijkheden eindeloos. Maar om die optimaal te benutten, is een geschikte partner onmisbaar. Iemand die niet enkel de regels kent, maar er ook tussen kan lezen."

Kan u enkele voorbeelden geven?

Jayant Nadiger: "Een aantal regels neigen naar protectionisme. De zware invoerrechten, strenge keuringseisen, niet-tarifaire belemmeringen en complexe reglementeringen schrikken sommige exporteurs af. Maar de laatste jaren zijn er veel inspanningen gedaan om de markttoegang te versoepelen. Heel wat buurlanden spelen immers ook in op het lagekostenargument, waardoor deze traditionele USP van India niet langer onderscheidend is. Daarom zet India zijn talentpool alsmäär meer in om een nieuwe USP te promoten: India als technologische innovatiehub. Recente progressieve maatregelen ondersteunen die ambitie."

22/30

LIEFST 22 VAN DE 30 MEEST VERVUILDE STEDEN BEVINDEN ZICH IN INDIA

Geen fraai cijfer, hoewel er zich lokaal positieve tendensen aftekenen. Zo verbeterde de luchtkwaliteit in New Delhi met 15% tussen 2019 en 2020. Toch blijft Delhi de meest vervuilde hoofdstad ter wereld. Er is dus nog een lange weg te gaan. Maar dat betekent ook opportuniteiten voor exporteurs die met duurzame oplossingen en smart cities begaan zijn.

Welke plannen heeft de regering om het tij definitief te keren?

Ranjan Apte: "Innovaties op het gebied van water, afvalmanagement en mobiliteit moeten de steden leefbaar houden voor de toenemende bevolking. Want in 2050 zullen meer dan 800 miljoen Indiërs in metropolen leven: 2 keer zoveel als nu of 400 miljoen extra stedelingen. Zeker waterzuivering staat

hoog op de agenda. Niet alleen het water van zwaar vervuilde rivieren zoals de Ganga of Yamuna, maar ook het industriële en huishoudelijke afval-, grond-, regen- en rioolwater."

Hoe ziet de energievoorziening van de dichtbevolkte agglomeraties eruit?

Ranjan Apte: "De traditionele methodes op basis van steenkool komen zwaar onder druk te staan vanwege hun enorme ecologische voetafdruk, waardoor de vraag naar hernieuwbare energie sterk stijgt. Alle steden moeten betrouwbare, duurzame stroombronnen krijgen. Het Internationaal Energieagentschap voorspelt een spectaculaire groei in zonne-energie, nu amper goed voor 4% van de totale energievoorziening. Tegen 2040 moet dat meer dan 30% worden."

Gaat de focus ook naar andere hernieuwbare energiebronnen?

Ranjan Apte: "India heeft op dit moment de op drie na grootste capaciteit aan windenergie ter wereld, maar is vastberaden om er nog een schepje bovenop te doen. Tegen 2030 wil de regering 450 GW opwekken, zowel langs de immense kustlijn als in het binnenland. Vanzelfsprekend wordt energieopslag hierbij ook een brandend thema."



2,5%

TEGEN 2025 WIL DE INDIASE OVERHEID MEER DAN 2,5% VAN HET BNP IN GEZONDHEIDSZORG INVESTEREN, NU IS DAT 1,2%

De grenzen van het gezondheidszorgsysteem zijn door COVID-19 stevig getest, net zoals dat in andere landen het geval was. De overheid blijft intussen niet bij de pakken zitten. Gezondheid wordt een topprioriteit voor de volgende jaren, terwijl ook private zorginstellingen hun invloed willen uitbreiden. Die combinatie opent deuren voor Vlaamse producten en diensten.

Hoe kunnen Vlaamse exporteurs het verschil maken voor de Indiase gezondheidszorg?

Jayant Nadiger: "Ruim 80% van alle medische toestellen komt uit het buitenland. Daarom zijn de barrières voor marktingang wat minder strikt dan in andere sectoren. Zeker hoogtechnologische toestellen voor onder meer medische beeldvorming, kankerdiagnose en ultrasonische scans zijn felbegeerd. Wil je je aanbod voorstellen, dan vormen vakbeurzen een goed startpunt, waaronder Medicall, India Med Expo, India Medical Device en Medical Fair India. Daarnaast is biotechnologie een speerpunt van het beleid. Vlaamse knowhow is ook op dat vlak meer dan welkom."

6e

SLECHTS 5 LANDEN HEBBEN EEN GROTERE VOEDINGS- EN DRANKENMARKT DAN INDIA

Indiërs geven een bovengemiddeld budget uit aan voeding en dranken. Zo bestaat 31% van de nationale consumptie uit voeding. Ter vergelijking: in de VS is dat 9%, in Brazilië 17% en in China 25%. Meer en meer jongeren zijn bovendien op zoek naar internationale merkproducten en willen daar best iets meer voor betalen, hoewel India in essentie een heel prijsgevoelige markt blijft.

Hoe vliegen Vlaamse exporteurs van voeding en dranken de Indiase markt het beste aan?

Babette Desfossez: "Jezelf positioneren kan op verschillende manieren. Vermeld bijvoorbeeld zeker het land van oorsprong duidelijk op de etiketten. Dat geeft meteen een gevoel van kwaliteit. Ook lokalisatie kan relevant zijn, zoals het gebruik van Vlaamse producten in een lokaal Indiaas gerecht. Daarnaast moet je als exporteur mikken op kleinere verpakkingen – en dus 'kleinere' prijzen – om de grote groep prijsbewuste consumenten mee te krijgen. Tot slot is er de mogelijkheid tot co-branding, waarbij je meesurft op de golf van een populair lokaal merk."



41.061

HET AANTAL START-UPS IN INDIA BEGIN 2021

Met het 3e grootste ecosysteem voor start-ups in de wereld, is India een aantrekkelijke bestemming voor beloftevolle techspelers. Die aantrekkingskracht wordt ook gestimuleerd door de overheid. Zo genieten erkende start-ups onder meer van deze troeven via het programma Startup India:

- **zelfcertificatie:** start-ups kunnen zichzelf certificeren voor 3 milieuwetten en 6 arbeidswetten via een mobiele app. De eerste 3 jaar zijn er geen controles.
- **belastingvoordeel:** gedurende 3 jaar betaalt u geen inkomensbelasting.
- **snelle exitstrategie:** krijgt uw zaak geen voet aan de grond, dan doorloopt u een sluitingsproces dat maximaal 90 dagen duurt.
- **bescherming van intellectuele eigendom:** u krijgt toegang tot een snellere procedure en maakt kans op een terugbetaling tot 80% van patenten.
- **deelname aan openbare aanbestedingen:** via een digitaal platform biedt u eenvoudig uw diensten of producten aan de overheid aan, zonder te moeten voldoen aan de vereiste voor 'minimale ervaring' of 'minimale omzet'.

TIP

- > IN INDIA BIJEN AANBESTEDINGEN VAN DE OVERHEID EXPORTEURS EEN IDEALE KANS OM REFERENTIES OP TE BOUWEN VOOR DE PRIVATE SECTOR, AANGEZIEN PRIVÉONDERNEMINGEN NIET ALTIJD STAAN TE SPRINGEN OM ALS PILOOTCASE TE DIENEN.

OP DE AGENDA

BEGELEIDINGSTRAJECT START2EXPORT2 INDIA

Van zondag 28 november tot zaterdag 4 december 2021 (data onder voorbehoud) organiseert FIT, samen met Voka West-Vlaanderen, een groepszakenreis naar New Delhi, Mumbai en Bangalore.

Wat mag u verwachten?

- online intakegesprek met FIT New Delhi, FIT Mumbai en FIT Bangalore (september 2021);
- workshops met marktexperts (oktober 2021);
- groepszakenreis in India (november 2021);
- nazorgsessie (maart 2022);

Inschrijven kan via www.flanderstrade.be. U vindt er het volledige programma en extra informatie. Opgelet: er is slechts plaats voor 15 bedrijven.

WEBINAR 'RENEWABLES AND CLEANTECH IN INDIA'

In september lichten experts en ondernemers de recentste trends toe rond hernieuwbare energie en cleantech in India. Zo doet u frisse ideeën op voor uw eigen exportplannen.

Inschrijven kan via www.flanderstrade.be.

TIP

- > DEELNEMEN KAN TIJDELIJK TEGEN VERMINDERD TARIEF DANKZIJ ONS 'REBOOT YOUR EXPORT'-PAKKET IN HET KADER VAN ONS CORONA EXIT-PLAN. OOK DAAROVER VINDT U MEER INFO OP ONZE SITE.

TESTIMONIAL SETTLEMINT INDIA **SHAHZAD FATMI** CEO

VOLGENS INSIDERS ZOU BLOCKCHAIN EEN EVEN GROTE REVOLUTIE KUNNEN TEWEEGBRENGEN ALS HET INTERNET. MAAR VOOR VEEL ONDERNEMERS BLIJFT HET VOORLOPIG EEN VER-VAN-MIJN-BEDSHOW. DAAR WIL SETTLEMINT IETS AAN DOEN. MET EEN EIGEN MODEL – ONDER DE NOEMER BLOCKCHAIN PLATFORM AS A SERVICE (BPAAS) – ONTWIKKELDE DE LEUVENSE START-UP EEN OPLOSSING OM SNEL EN KOSTENEFFICIËNT EEN BUSINESSCASE UIT TE WERKEN. EN DIE FORMULE SLAAT OOK IN INDIA AAN.

BLOCKCHAINSPECIALIST SETTLEMINT OVER PRO'S EN CONTRA'S VAN INDIASE MARKT VOOR VLAAMSE START-UPS

“Wij zijn eenvoudig gezegd lego voor blockchain”, steekt Shahzad Fatmi van wal. “Zo geven we bedrijven de nodige bouwstenen om snel van een concept naar de implementatie ervan te gaan. In minder dan twee maanden doorlopen we het hele traject. Bovendien hoeft een bedrijf zelf niet te investeren in expertise. Alles is voorhanden op ons platform, waardoor het eigen risico beperkt blijft.”

COVID-19 ALS KATALYSATOR VOOR DIGITALISERING

Na buitenlandse kantoren in Dubai en Singapore streek Settlemint in 2019 in India neer. Shahzad Fatmi: “Het potentieel van de Indiase markt doet simpelweg waterstanden. De pandemie hakt dan wel flink in op de economie, maar we blijven uitgaan van een spoedig herstel. Zeker op de middellange tot lange termijn zien de cijfers er rooskleurig uit. Geluk bij een ongeluk: de digitalisering van de maatschappij ging nog nooit zo snel. Zelfs de overheid schudt in sneltempo de manuele processen van zich af. Maar er zijn nog tal van voordelen voor technologische start-ups.”

DRIVE OM VOORUIT TE GAAN

“Zet je hier voet aan wal, dan zit je om technisch en digitaal talent nooit verlegen”, gaat Shahzad Fatmi verder.

“India is de IT-hub van de wereld. Bovendien zitten ook mogelijke klanten dichtbij. Alle grote internationale techfirma's hebben hier vestigingen in een van de IT-hoofdsteden, zoals Bangalore, Hyderabad en Chennai. Maar het grootste voordeel: hoewel Indiërs iets achterlopen qua invoering van nieuwe technologie, gaat het razendsnel wanneer hen iets bevalt. De drive om vooruit te gaan die je dan ervaart, kom je in nagenoeg geen enkele andere markt tegen.”

PARTNERSHIPS, PARTNERSHIPS, PARTNERSHIPS

“Tegenover die voordelen staat ook een onvermijdelijk struikelblok: vergaande regularisatie. Zo moeten start-ups voldoen aan dezelfde criteria als grote bedrijven. De nationale goederen- en dienstenbelasting en allerhande compliance-regels zijn voorbeelden. De oplossing hiervoor vonden wij in een joint venture met een lokale speler. Dat maakt het makkelijker om door de bureaucratie heen te navigeren. Ga wel niet met eender wie in zee. Ze zullen immers met honderden aan je mouw trekken. Win info in bij FIT, gebruik je netwerk en doe voldoende checks. De scouting van partners neemt veel tijd in beslag, maar betaalt zich dubbel terug nadien.”



TESTIMONIAL

AGRISTO INDIA **STEFANIE DUMORTIER** plantmanager

AL SINDS 2014 IS AGRISTO, WERELDLEIDER IN DIEPGEVROREN AARDAPPELSPECIALITEITEN, ACTIEF OP DE INDIASE MARKT. BINNENKORT OPENT HET BEDRIJF ER EEN NAGELNIEUWE PRODUCTIEFACILITEIT. STEFANIE DUMORTIER, PLANTMANAGER VAN AGRISTO INDIA, LEIDT HET PROJECT IN GOEDE BANEN.

“MAAK PRODUCTEN VOLGENS LOKALE VOORKEUREN EN GEWOONTES”

Sinds het West-Vlaamse bedrijf in 2014 de Leeuw van de Export won, heeft het alweer een flinke groeispurt ondergaan. “Op die zeven jaar tekenden we een verdubbeling van onze omzet op”, aldus Stefanie Dumortier. “Het personeelsbestand groeide navenant van 400 naar om en bij de 1.000.”

DE MARKT VAN 1,3 MILJARD

Agristo startte zeven jaar geleden zijn Indiase avontuur, al liep dat zeker niet altijd van een leien dakje. Stefanie Dumortier: “De Indiase markt is nogal protectionistisch. Door de hoge importrechten op onze aardappelproducten maakten we geen schijn van kans tegen de lokale concurrentie. Een productiefaciliteit ter plaatse is dus geen overbodige luxe. Bovendien gaan we ook met ter plaatse geteelde aardappelrassen werken.”

In 2019 ging Agristo een joint-venture aan met een Indiase speler voor de opstart van zijn eigen productievestiging. Stefanie Dumortier: “India biedt ontzettend veel opportuniteiten. Binnen de gigantische afzetmarkt van 1,3 miljard inwoners is er een groeiende middenklasse. Thuis staan frieten nog maar zelden op het menu, maar door de aanwezigheid van fastfoodketens zoals McDonalds en KFC raken de Indiërs er steeds meer mee vertrouwd. Onze groeimarge is dus bijzonder groot.”

VAN AARDAPPELVLOKKEN NAAR FRIETEN

In 2022 is het dan zover. “De bedoeling is dat in januari 2022 onze eerste aardappelproducten van de band rollen. In eerste instantie zullen dat gedroogde aardappelvlokken zijn, een grondstof voor onder meer puree. We hopen binnen vijf jaar succesvol frieten te produceren.”

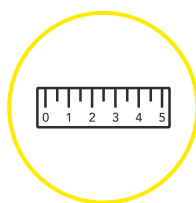
Ook wat de omzet betreft, heeft de plantmanager een duidelijke ambitie: “Momenteel heeft de Indiase markt een minimaal aandeel binnen de export-omzet van Agristo. We willen dit binnen vijf jaar opkrikken naar 2,5%.”

DE KRACHT VAN CUSTOMIZEN

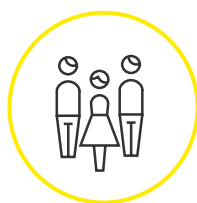
Ten slotte heeft ze nog een tip voor andere ondernemers die zich in India willen vestigen: “Maak producten volgens de lokale voorkeuren en gewoontes. Verdiep je in de Indiase cultuur om de smaken en texturen te ontdekken die aanslaan bij je doelgroep, waarmee je zo meteen meer verbinding creëert.”

FACTSHEET INDIA

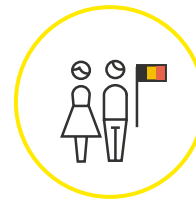
FLANDERSTRADE.BE



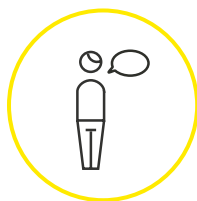
Oppervlakte
3.287.590 km²



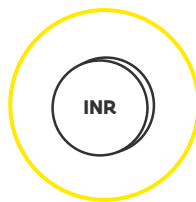
Aantal inwoners
1,39 miljard (2021)



Aantal Belgen ingeschreven in New Delhi 303 (2019)



Officiële taal
Hindi & Engels

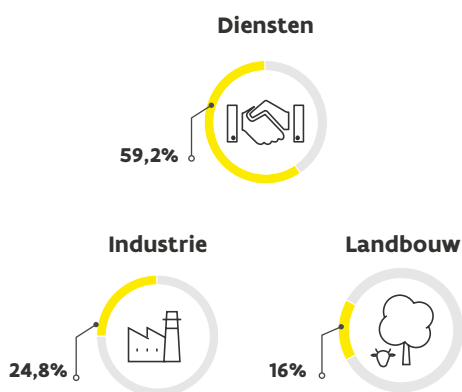


Munteenheid
Indiase rupee
1 EUR = 89 INR (11/05/2021)

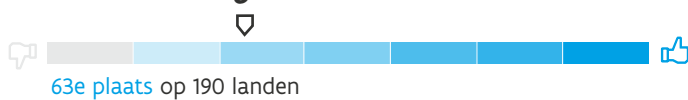


Tegen 2027 zal India het meest bevolkte land ter wereld zijn (VN)

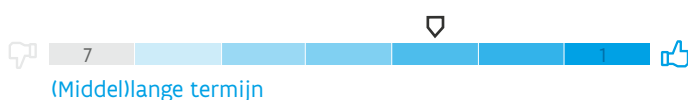
Aandeel economische sectoren in bbp



Ease of doing business index



Politiek risico



Commercieel risico (van C tot A)



Top 5 Vlaamse exportproducten naar India € 4,2 miljard (2020)

- 67% Echte en gekweekte parels, (half)edelstenen en edele metalen
- 6,6% Kernreactoren, stoomketels, machines, toestellen en mechanische werktuigen (incl. delen)
- 3,9% Organische chemische producten
- 3,9% Kunststof en werken daarvan
- 3,4% Farmaceutische producten

Top 5 Vlaamse importproducten uit India € 3,7 miljard (2020)

- 31,3% Echte en gekweekte parels, (half) edelstenen en edele metalen
- 10,2% Organische chemische producten
- 9,5% Gietijzer, ijzer en staal
- 6,1% Farmaceutische producten
- 4,8% Kernreactoren, stoomketels, machines, toestellen en mechanische werktuigen (incl. delen)

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.

DE NOORSE GEZONDHEIDSZORG

De Noorse regering streeft naar een moderne en makkelijk toegankelijke gezondheidssector. Omdat de lokale productie beperkt is, moet ze producten importeren om aan de vraag te voldoen. Deze studie biedt u een korte inleiding tot deze kleine maar interessante markt.

PARFUMERIE, COSMETICA EN VERZORGINGSARTIKELLEN IN NOORWEGEN

Ook de Noorse markt van parfumerie, cosmetica en verzorgingsartikelen is vooral afhankelijk van ingevoerde producten. Dankzij deze studie maakt u kennis met deze boeiende sector.

ALCOHOLISCHE DRANKEN IN NOORWEGEN

Hoe ziet de Noorse markt voor alcoholische dranken eruit en hoe is die het afgelopen jaar geëvolueerd? Met welke invoertarieven moet u rekening houden? Hoe meldt u zich aan bij Vinmonopolet? Welke instanties en verenigingen zijn belangrijk? Het antwoord op al deze vragen leest u in deze studie.

MAJOR SPANISH COMPANIES PER REGION

Deze nieuwste marktstudie van ons FIT-kantoor in Madrid geeft een overzicht van de belangrijkste en bekendste Spaanse bedrijven per regio. De spreiding van de grote bedrijven in Spanje is ongelijk. Volgens de gegevens voor 2019 is 18% van alle Spaanse bedrijven gevestigd in Catalonië, 16% in Madrid, 15% in Andalusië, 10% in Valencia en 4% in Baskenland.

THE PREMIUM SPIRITS MARKET IN SPAIN

In dit korte, Engelstalige overzicht leest u meer over de verkoop van gedistilleerde en alcoholische dranken in Spanje.





HANDLEIDING VOOR HET INVULLEN VAN FORMULIER W-8BEN EN W-8BEN-E IN DE VS

Deze studie biedt u een richtlijn voor het invullen van het W-8BEN formulier (voor particulieren) en het W-8BEN-E formulier (voor bedrijven). Heel wat niet-Amerikaanse bedrijven die diensten leveren aan Amerikaanse klanten krijgen hiermee te maken. We krijgen dan ook heel wat vragen van ondernemers over het correct invullen van deze formulieren en bundelden de antwoorden op de meest gestelde vragen.

START-UP FUNDING SOUTHEAST USA

Naast de bekende techhubs in Silicon Valley en New York, ontpopt ook Atlanta in Georgia zich als een belangrijke thuisbasis voor meer en meer miljardenbedrijven. Het start-upecosysteem kent een enorme boost. In 2020 alleen al werden in heel Atlanta 188 deals gesloten met een totale nettowaarde van bijna \$ 2 miljard. Ondanks de onzekerheden die 2020 met zich meebracht, was dit bedrag het hoogst opgehaalde in de afgelopen vijf jaar.

KOOSJER – ACHTERGROND EN PRAKTISCHE INFORMATIE

Wil u een maximaal aantal Israëliische consumenten bereiken, dan moet u beschikken over een koosjercertificaat. En hoewel tal van winkels en restaurants niet uitsluitend koosjere producten verkopen, bieden de meeste supermarktketens en vrijwel alle hotels in Israël alleen koosjere producten aan.

HET ISRAËLISCHE HIGHTECH-ECOSYSTEEM TIJDENS DE PANDEMIE EN IMPLICATIES VOOR VLAAMSE TECHBEDRIJVEN

Ondanks de wereldwijde coronacrisis heeft de Israëliische hightechsector uitzonderlijk goed gepresteerd. Dat kan interessante opportuniteiten opleveren voor relevante Vlaamse bedrijven die over de juiste technologie beschikken. In dit korte overzicht leest u onder meer wat de rol is van het hightech-ecosysteem in de Israëliische economie en welke kansen er zijn voor Vlaamse bedrijven en organisaties.



Download alle marktstudies
op www.flanderstrade.be

20E EDITIE LEEUW VAN DE EXPORT

WIE WORDEN DE JUBILEUMLEEUWEN IN ONZE HALL OF FAME?

NAAR GOEDE GEWOONTE ZET FIT JAARLIJKS 2 VLAAMSE EXPORTKLEPPERS IN DE KIJKER MET DE LEEUW VAN DE EXPORT: 1 IN DE CATEGORIE 'BEDRIJVEN MET MAX. 49 MEDEWERKERS' EN 1 IN DE CATEGORIE 'BEDRIJVEN MET 50 OF MEER MEDEWERKERS'. DEZE WEDSTRIJD IS INTUSSEN AL AAN ZIJN 20E EDITIE TOE. MAAR NET IN ONS JUBILEUMJAAR STELT DE CORONAPANDEMIE VEEL EXPORTEURS VOOR ONGEZIENE UITDAGINGEN.

2002
Snack Food
Poco Loco
&
PMTC

2003
Jaga
&
Extremis

2008
Metris

2004
Traficon
&
Waterleau

2009
DEME

2013
H.Essers
&
Medec
Benelux

2014
Agristo
&
HTMS

2015
Aluvision
&
Pattyn
Packing
Lines

2005
Camco Technologies
&
BEST

2010
Financial Architects

2016
Aucxis
&
MediaGeniX

2006
Hansen Transmissions
&
Cardon Pharmaceuticals

2011
Orfit Industries
&
BEST

2017
Klingele
Chocolade
&
Skyline
Communications

2007
Duvel Moortgat
&
Photovoltech

2012
Waterleau
&
Skyline
Communications

Toch vinden we het belangrijk om ook in moeilijke omstandigheden internationale successen te bekronen. Ze vormen immers een inspiratiebron en motivatie om vol te houden. En dat het onze ondernemers niet ontbreekt aan vindingrijkheid, doorzettingsvermogen en flexibiliteit, blijkt uit hun wedstrijd dossiers die we voor deze editie mochten ontvangen.

DE MIJLPALEN VAN DE WEDSTRIJD

Benieuwd wie we als jubileumleeuwen zullen toevoegen aan onze indrukwekkende hall of fame? In Wereldwijs en via onze online kanalen houden we u op de hoogte van de mijlpalen van de wedstrijd:

- **DONDERDAG 10 JUNI:**
een vakjury selecteert 3 'kleine bedrijven' (Bedrijven met max. 49 medewerkers) en 3 'grote bedrijven' (Bedrijven met 50 of meer medewerkers) uit de ingediende dossiers. De deelnemers krijgen op maandag 14 juni te horen of ze genomineerd zijn of niet.
- **MAANDAG 13 SEPTEMBER:**
een uitgebreide eindjury luistert naar de pitch van de genomineerden en kiest een winnaar in elke categorie.
- **WOENSDAG 15 SEPTEMBER:**
de 2 winnaars ontvangen de prestigieuze prijs uit handen van de Vlaamse minister-president. Dit jaar vindt de awardceremonie plaats in Brussel.

ONZE HALL OF FAME

BENIEUWD NAAR DE JUBILEUMLEEUVEN?

Op www.leeuwvandeexport.be vindt u alle info over het wedstrijdverloop. Een ding is zeker: de Leeuw van de Export 2021 zal verdiend zijn, misschien wel meer dan ooit.

2021

2018

BOPLAN
&
Biobest
Group

2019

Luminex
Network
Intelligence
&
Sioen
Industries

2020

Caeleste
&
FAM



FIT

FIT MAAKT UW INTERNATIONALE AMBITIES WAAR MET SUBSIDIE DIGITALE INTERNATIONALE COMMUNICATIE

VLAAMSE BEDRIJVEN DIE NIEUWE MARKTEN WILLEN BETREDEN, KUNNEN EEN FIT-SUBSIDIE VOOR DE OPTIMALISERING VAN HUN INTERNATIONALE BEDRIJFSCOMMUNICATIE AANVRAGEN. BENJAMIN VANDORPE VAN LAFOSSE EN EMMA POLFLIET VAN BLISSPAINT GEBRUIKTEN ZE OM EEN INTERNATIONALE WEBSHOP TE REALISEREN.

LAFOSSE/VERMANDERE/HANDSHERO **BENJAMIN VANDORPE** Managing director

BENJAMIN VANDORPE EN VENNOOT KAREL LAFOSSE HADDEN MET HUN BEDRIJF LAFOSSE NET FAMILIEBEDRIJF VERMANDERE OVERGENOMEN, TOEN DE CORONACRISIS HUN BELANGRIJKSTE AFNEMER, DE HORECA, TOT STILSTAND BRACHT. VANDAAG WILLEN ZE ONDER DE NIEUWE MERKNAAM HANDSHERO DE INTERNATIONALE MARKT VEROVEREN MET HOOGWAARDIGE DESINFECTIEZUILEN.

“Toen de coronacrisis losbarstte, kwamen we op het idee om desinfectiezoulen te produceren”, vertelt Benjamin Vandorpe. “Op één week tijd maakten we een prototype en een rudimentaire webshop. Dat het een out of the box-product is, verklaart het succes. Klanten krijgen een volledig pakket toegestuurd, inclusief dispenser, batterijen en alcoholgel. Vijf minuten later is de zuil klaar voor gebruik. We zetten er al 5.000 in de markt en zijn nu volop bezig met een uitbreiding van het gamma.”

DUW IN DE RUG

“We beseften snel dat hier internationaal kansen lagen. Vandaar de rebranding naar HandsHero. Vervolgens klopten

we aan bij FIT. De subsidie digitalisering gebruikten we voor de Franse en Engelse vertalingen van de webshop en de technische fiches en offertes.”

“De subsidieaanvraag zelf ging vlot online. FIT nam nog contact met ons op voor wat extra vragen. Ze maanden ons zelfs aan om vaart te maken, omdat ze zo sterk geloofden in het product. We mikken nu op Frankrijk en Nederland, en er komt ook een .com-shop. Binnen de twee jaar willen we de omslag maken zodat 90% via export verloopt. Mede dankzij de subsidie van FIT zijn we klaar om daar een succes van te maken.”

BLISSPAINT **EMMA POLFLIET** Mede-oprichtster

OOK PRILLE START-UP BLISSPAINT PROFITEERDE VAN DE E-COMMERCE-BOOM OM EEN UNIEK CONCEPT TE LANCEREN: EEN ONE-STOP ONLINE VERFSHOP.

"Schilderen terug leuk maken is onze missie", aldus Emma Polfliet, die samen met Harold Loontjens, Nathaniël Van Waeyenberge en Wim Maeyaert Blisspaint oprichtte. "Wie heeft er niet al eens in een verfwinkel keuzestress gekregen van de honderden potten witte verf? Of een extra rit moeten maken omdat je nét niet genoeg verf kocht? In de praktijk is schilderen vaak een frustrerend gedoe."

VERF IN BOX

Blisspaint pakt de zaken dus net iets anders aan. "Wil je beige, dan hebben we een aantal zorgvuldig geselecteerde opties", verduidelijkt Emma Polfliet. "Idem met het gereedschap. Samples zijn er in de vorm van kartonnen stickers die je op de muur kleeft, met de webtool reken je makkelijk uit hoeveel verf je nodig hebt. Uit milieuoverwegingen verkopen we verder enkel watergedragen verf en ecologisch verantwoorde materialen. Combineer dat met een prijs die lager is dan in de spe-

cialzaak voor even kwalitatieve verf en het feit dat we in een box aan huis leveren, en je krijgt een service die vandaag op onze verfmarkt nog ongekend is."

FRANSE MARKT AANBOREN

Ook in het buitenland zijn er geen massa voorbeelden van dergelijke conceptstores voor verf te vinden, wat de bezielers hoopvol stemt dat er internationaal potentieel is. Ze maakten alvast van de FIT-subsidie gebruik om de webshop drietalig te maken. Voor concrete internationale marketingacties was het nog net iets te vroeg.

"We zijn nog maar enkele maanden geleden gestart en luisteren eerst naar de feedback van onze Vlaamse klanten", licht Emma Polfliet toe. "De website wordt nu al regelmatig bezocht door Frans- en Engelstaligen, zonder dat we daarin advertentiebudget investeerden. In de komende fase gaan we adverteren in Wallonië en Frankrijk."



SUBSIDIE VOOR DIGITALE INTERNATIONALE COMMERCIËLE BEDRIJFS-COMMUNICATIE

WAARVOOR?

U kan de steun gebruiken voor:

- meertalige websites of webshops;
- een bedrijfsfilm;
- sociale media uitgevoerd door externe specialisten

HOEVEEL?

Standaard: 3.000 euro. Voor startende exporteurs: 4.500 euro.

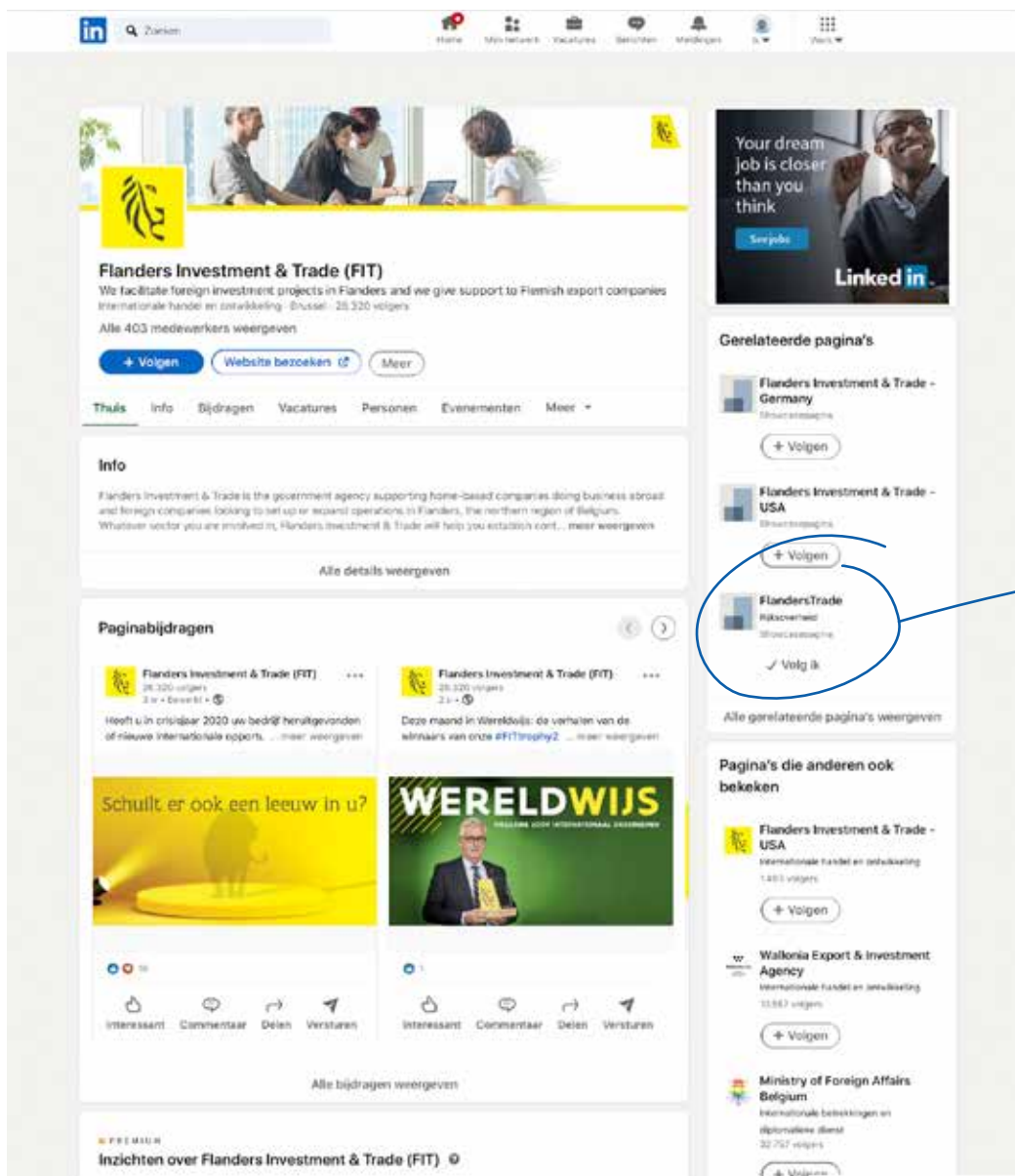
HOE AANVRAGEN?

De aanvraag gebeurt integraal online via www.flanderstrade.be.

FIT

ONZE LINKEDIN-PAGINA NU NOG MEER OP UW MAAT

DOOR DE JAREN HEEN MOCHT FIT EEN OMVANGRIJKE COMMUNITY OPBOUWEN OP LINKEDIN. ALS U EEN VAN ONZE RUIM 26.000 LINKEDIN-VOLGERS BENT: BEDANKT, FIJN DAT WE OOK DAAR EEN BAND KUNNEN OPBOUWEN! OM ERVOOR TE ZORGEN DAT ONZE BEZOEKERS DAAR STEEVAST ALLEEN MAAR RELEVANTE INFORMATIE EN PUBLICATIES TE ZIEN KRIJGEN, ZETTEN WE DE OPBOUW VAN ONS LINKEDIN-PROFIEL VERDER OP PUNT EN VERSTERKEN WE ONZE DIGITALE AANWEZIGHEID OP HET KANAAL.



FIT heeft een dubbele missie: Vlaamse bedrijven helpen bij hun internationalisering en buitenlandse investeerders aantrekken naar Vlaanderen. Dat zijn twee aparte doelgroepen, wat nu ook op LinkedIn wordt doorgetrokken.

HELEMAAL AFGESTEMD OP ZOWEL VLAAMSE ALS BUITENLANDSE BEDRIJVEN

Naargelang hun interesses en activiteiten kunnen bedrijven vanaf nu deze subpagina's volgen:

FLANDERS TRADE

deelt alles wat informatief en inspirerend is voor Vlaamse exporteurs. En dat altijd in het Nederlands. Denk aan publicaties over het Wereldwijs-magazine, handelsvoorstellen, marktstudies, de Leeuw van de Export, de Exportbeurs en tips om export te stimuleren en ondersteunen.

www.linkedin.com/showcase/flanderstrade

INVEST IN FLANDERS

richt zich tot buitenlandse investeerders (met interesse) in Vlaanderen, vandaar de keuze voor het Engels als voertaal. De pagina deelt onder meer interessante nieuwigheden en publicaties over Vlaanderen als innovatieve kennisregio, de Foreign Investment Trophy en campagnes die de troeven van onze regio in de verf zetten bij een internationaal publiek.

www.linkedin.com/showcase/invest-in-flanders



OOK VOOR SPECIFIEKE MARKTEN EN REGIO'S

Daarnaast zullen enkele spelers op het internationale handelstoneel een aparte subpagina hebben. Denk aan markten als Australië, Brazilië, Duitsland, Frankrijk, India, Italië, Maleisië, Nieuw-Zeeland, de VS, de VAE en het VK. Maar het kunnen ook regio's zijn, zoals de Nordics en de Baltische staten. Op deze landen- en regiopagina's vindt u hoofdzakelijk Engelstalige berichten, maar er wordt ook interessant lokaal nieuws gedeeld en besproken met de community. De lijst van alle lokale en regionale subpagina's vindt u op onze bedrijfspagina Flanders Investment & Trade (FIT).

U kan de URL als volgt samenstellen:

<https://www.linkedin.com/showcase/flanders-investment-&-trade--->

Voeg vervolgens de naam van het land of regio toe.

Voor Australië is dit dan de volledige URL:

<https://www.linkedin.com/showcase/flanders-investment-&-trade---australia>

De overige landen of regio's zijn deze:

< Brazilië >	brasil
< Duitsland >	germany
< Frankrijk >	france
< India >	india
< Italië >	italia
< Maleisië >	malaysia
< Nieuw-Zeeland >	new-zealand
< VS >	usa
< VAE >	uae
< VK >	uk
< Baltische Staten >	baltics
< Nordics >	nordics

ONDER HETZELFDE DAK

Want uiteraard blijft onze LinkedIn-bedrijfspagina Flanders Investment & Trade bestaan. Daar brengen we algemeen en overkoepelend nieuws over FIT als organisatie en werkgever, strategische initiatieven, Vlaamse beleidsbeslissingen enzovoort. Ook vacatures en persberichten verschijnen eerst via deze hoofdpagina.

www.linkedin.com/company/flandersinvestmentandtrade

CONNECTEER MET ONS OP LINKEDIN, VOLGENS UW ACTIVITEITEN EN INTERESSES!

Als Vlaams bedrijf dat internationaal onderneemt of die ambitie koestert, raden we bijvoorbeeld warm aan om onze subpagina Flanders Trade te volgen: www.linkedin.com/showcase/flanderstrade. Want zo zorgt ook u ervoor dat u het nieuws krijgt dat op uw maat is gesneden.



ENTERPRISE EUROPE NETWORK

LEDERSPECIALIST

LSP BELGIUM

PROSPECTEERT

VIA EUROPESE

MATCHMAKING:

LAAGDREMPELIG,

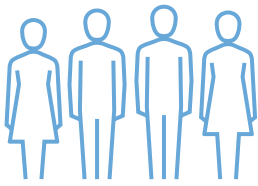
KWALITATIEF

EN SNEL

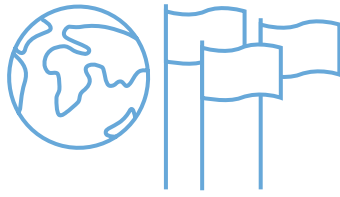
DE FAMILIE CLAERHOUT UIT HET WEST-VLAAMSE DENTERGEM HEEFT AL MEER DAN 50 JAAR ERVARING IN DE CONFECTIE VAN LEDEREN HANDTASSEN EN ACCESSOIRES. IN HET BEGIN ALS MASSAPRODUCT, LATER ALS LUXEPRODUCT. LSP BELGIUM – ZOALS HET FAMILIEBEDRIJF HEET – OOGST SUCCES TOT IN HET VERRE OOSTEN, MAAR WIL IN DE EERSTE PLAATS STERKER WORDEN IN EUROPA. DAARVOOR REKENT HET OP DE MATCHMAKING-DIENSTEN VAN ENTERPRISE EUROPE NETWORK. GAËTANE CLAERHOUT VAN LSP BELGIUM GEEFT TEKST EN UITLEG.



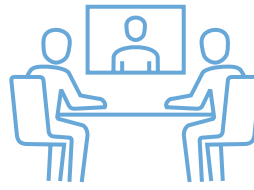
FASHION MATCH SUPPLY 2021 IN CIJFERS



577
deelnemers



uit
37
landen



die samen
476
meetings opzetten

Wat maakt LSP Belgium uniek?

Gaëtane Claerhout: "Hoewel ons bedrijf vooral een referentie is voor lederwaren, behoren ook andere zware materialen tot het gamma, waaronder canvas en vegan. Met die materialen-mix zetten we drie eigen merken in de markt – Own Stuff, Ruitertassen en Longride – maar produceren we evengoed voor internationale modemerken. En dat zowel in kleine als in grote hoeveelheden."

Hoe vindt u geïnteresseerde modemerken?

Gaëtane Claerhout: "In sommige gevallen zetten zij de eerste stap, zoals recent klanten uit Japan en Zuid-Korea deden. Maar in Europa, onze primaire focusmarkt, is een meer pro-actieve aanpak aangewezen. Daarom nemen we graag deel aan de internationale matchmaking-events van Enterprise Europe Network, zoals het virtuele Fashion Match Supply 2021 dat eind april plaatsvond – een hoogmis voor de Europese mode-industrie."

Welke voordelen biedt dit type events?

Gaëtane Claerhout: "Op enkele dagen tijd kan je verschillende sectorspecifieke workshops en lezingen bijwonen over e-commerce, logistiek, duurzame productie en andere onderwerpen. Daarnaast krijg je de gelegenheid om meetings op te zetten met honderden mogelijke partners uit alle uithoeken van Europa. Dat kan op twee manieren: of je speurt in de database naar interessante bedrijfsprofielen of anderen reageren op jouw profiel en specifieke noden. Daarna wissel je enkele gegevens uit en organiseer je een gesprek."

Voldoen die gesprekken aan de verwachtingen?

Gaëtane Claerhout: "De slaagkansen bij deze vorm van prospectie liggen een stuk hoger, omdat je enkel met kwalitatieve leads in contact komt. Trouwens, de meetings zijn kort, dus als

het toch een mismatch blijkt, dan ben je niet te veel tijd kwijt. Kortom, een matchmaking-event is heel laagdrempelig: relatief weinig moeite voor een potentieel sterke return."

U kijkt dus tevreden terug?

Gaëtane Claerhout: "Zeker. In ons profiel voor Fashion Match Supply 2021 stond dat we op zoek waren naar een leverancier van grondstoffen voor gerecycleerde voeringen van portefeuilles. Daar kwam alvast heel snel reactie op. Voor resultaten uit de bedrijfsmeetings is het nog te vroeg, maar we hopen op korte termijn een van de leads te verzilveren. En intussen blijven we aandachtig de nieuwsbrieven van Enterprise Europe Network volgen."

Waarin onderscheiden die nieuwsbrieven zich?

Gaëtane Claerhout: "Ze zijn volledig op maat van je bedrijfsprofiel samengesteld, terwijl je met trefwoorden nóg specifiek kan gaan. Denk in ons geval aan 'productie', 'leder' en 'motortas'. Geregeld – soms dagelijks – krijgen we zo nieuwsbrieven die linken naar een of meerdere partijen die goed aansluiten bij onze noden en wensen. Via makkelijk scanbare titels scheid je bovendien snel het kaf van het koren. De nieuwsbrieven hebben dus dezelfde troeven als de events: laagdrempelig, kwalitatief en snel."

Heeft u er al concrete partnerships aan overgehouden?

Gaëtane Claerhout: "De matchmaking van Enterprise Europe Network leidde al tot klanten in Nederland en Duitsland, en met tal van andere veelbelovende 'matches' zitten we in de prototypefase. Als extra prospectiekanaal kan het dus tellen, al zeker omdat het volledig gratis is. Wie in Europa op zoek is naar businesspartners, klanten of leveranciers, kan ik het enkel aanraden."

GRAAG OOK EEN NIEUWBRIEF MET PARTNERVOORSTELLEN OP MAAT IN UW INBOX?

Surf naar www.enterpriseeuropelaanderen.be/samenwerken-in-europa.

GROEPSZAKENREIS

1 PRINSELIJKE MISSIE VS

2 tot en met 9 oktober 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 2 juli 2021 op
www.flanderstrade.be

CONTACT? Evelien Staelens op +32 2 504 88 48
of evelien.staelens@fitagency.be

BEGELEIDINGSTRAJECT

2 START2EXPORT2 SINGAPORE EN MALEISIË

26 september tot en met 1 oktober 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 11 juni 2021 op
www.flanderstrade.be

CONTACT? Karine De Vleeschouwer op +32 2 504 87 26 of
karine.devleeschouwer@fitagency.be

3 START2EXPORT2 TURKIJE

18 tot en met 20 oktober 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 7 juni 2021 op
www.flanderstrade.be

CONTACT? Bart Van den Bossche op +32 2 504 87 09
of bart.vandenbossche@fitagency.be

4 START2EXPORT2 INDIA

28 november tot en met 4 december 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 juni 2021 op
www.flanderstrade.be

CONTACT? Bart Van den Bossche op +32 2 504 87 09
of bart.vandenbossche@fitagency.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-acties.

LAGERE DEELNAMEPRIJZEN VOOR FIT-ACTIES

Dankzij extra middelen van de Vlaamse overheid kan deze vorig jaar ingevoerde steunmaatregel worden verlengd en zal dus ook een lager tarief worden aangerekend voor de FIT-acties die plaatsvinden in 2021.

Vlaamse kmo's die deelnemen aan FIT-acties hoeven zelf niets te doen om te genieten van deze maatregel. Per actie brengen we de deelnemers op de hoogte van de nieuwe tarieven en vervangen we de 'oude' prijzen op het contract.

De tijdelijke korting wordt meteen verrekend bij de facturatie. Gaat het over een actie die nog niet of net is opgestart, dan tekenen de deelnemers meteen het contract op basis van de verlaagde tarieven.

VERBETERDE BETALINGSVOORWAARDEN

Ook onze betalingsvoorwaarden passen we tijdelijk aan. Zo kunnen Vlaamse ondernemingen tijdelijk (tot eind 2021) de helft voor aanvang van de FIT-actie betalen en de resterende helft 60 dagen erna.

NOG CORONA-GERELATEERDE VRAGEN?

Stel ze via exportadvies-corona@fitagency.be.



KALENDER

BEURZEN

5 PIR EXPO - MOSKOU

5 tot en met 8 oktober 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 juni 2021 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Ka Yee Man op +32 2 504 87 88 of kayee.man@fitagency.be

6 AGROFOOD NIGERIA - LAGOS

26 tot en met 28 oktober 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 juli 2021 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Sara Caudron op +32 2 504 87 60 of sara.caudron@fitagency.be

7 DUBAI AIRSHOW - DUBAI

14 tot en met 18 november 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 juni 2021 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Frank Baeyens op +32 2 504 88 49 of frank.baeyens@fitagency.be

8 MEDICA - DÜSSELDORF

15 tot en met 18 november 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 juni 2021 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Wendy De Smedt op +32 2 504 88 73 of wendy.desmedt@fitagency.be

9 ENLIT - MILAAN

30 november tot en met 2 december 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 5 juli 2021 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Sara Caudron op +32 2 504 87 60 of sara.caudron@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

Benieuwd wie de nieuwe Leeuw van de Export wordt?


**LEE UW
VAN DE
EXPORT
2021**

FLANDERS INVESTMENT & TRADE



**Noteer woensdag 15 september
alvast in uw agenda**

**en volg de ontknoping
van de wedstrijd live op
www.leeuwvandeexport.be!**



**BNP PARIBAS
FORTIS**

CREENDO
10 YEARS

