

WERELDWIJS

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

145

10 \ 2021



Magazine van Flanders Investment & Trade, Afgiftekantoor Ge nt X, BC21170 Koning Albert II-laan 37, 1050 BRUSSEL

LEEUWENSPECIAL

DRIE WINNAARS KLEUREN DE
LEEUW VAN DE EXPORT 2021

GRIP JE KANSEN IN
PORTUGAL

EDITO

INNOVATIE BLIJFT HÉT SUCCES-
INGREDIËNT OM GRENZEN TE
VERLEGGEN. EN DAARNAAST: PASSIE!

Beste lezer,

Of u nu in de zaal zat of aan uw scherm gekluisterd voor de livestream, ik hoop dat u net als ik genoten hebt van de prijsuitreiking van de Leeuw van de Export. Kon u er niet bijzijn op 29 september, dan bent u in deze Wereldwijs aan het juiste adres. Want naast een uitgebreid fotooverslag maakt u in dit nummer uitvoerig kennis met onze kersverse Leeuwen.

En die zijn met zijn drieën, voor de allereerste keer in het bestaan van deze exportprijs. In de categorie 'Bedrijven met max. 49 medewerkers' koos de eindjury uit de drie ijzersterke dossiers namelijk twee laureaten: Molecubes en Sylva. Bij de 'Bedrijven met 50 of meer medewerkers' nam Locinox de award mee naar huis. Proficiat!

Maar ook felicitaties voor genomineerden Container Technics, Camco Technologies en OTN Systems. Ook zij zetten immers prachtige internationale prestaties neer. Ze bewijzen stuk voor stuk dat een innovatieve spirit hét succes ingrediënt is om grenzen te verleggen. En daarnaast: passie! Dat vuur heb ik tijdens de eindjury in elke presentatie gevoeld.

Ik zal de 20e Leeuw van de Export blijven herinneren als een prachtige editie, ondanks de uiterst moeilijke omstandigheden waarin onze exporteurs de voorbije periode hebben gewerkt. We kunnen drie magnifieke bedrijven toevoegen aan onze eregalerij en daar ben ik ongelooflijk trots op.

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/flanderstrade
twitter.com/FlandersTrade

10\2021 **145**

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

Dries Luyten, imagedesk.be,
Getty Images en Shutterstock

LAY-OUT EN DRUK

Bredero Graphics

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

SPECIAL

LEEUEW VAN DE EXPORT 2021

22 DOSSIER

PORTUGAL

EEN SMELTKROES VAN TALENT EN
OPPORTUNITEITEN

INHOUD

30 MARKTINFO

32 TELEX

33 MIJNFIT & BOOKINGS

36 ENTERPRISE EUROPE NETWORK

38 KALENDER



SYLVA
TIM VAN HULLE

LOCINOX
MIK EMMERCHTS



MOLECUBES
ROEL VAN HOLEN

DIT ZIJN DE LEEUVEN VAN DE EXPORT 2021

OP WOENSDAG 29 SEPTEMBER RICHTTE FIT DE SPOTLIGHTS VOOR DE 20E KEER OP EXPORTEREND VLAANDEREN TIJDENS DE LEEUW VAN DE EXPORT. VANUIT TOUR & TAXIS IN BRUSSEL LEIDEN PRESENTATRICES EVA KAMANDA EN GOEDELE WACHTERS EEN WERVELENDE SHOW IN GOEDE BANEN. DAT DEZE SPECIALE JUBILEUMEDITIE EEN VERRASSENDE UITSLAG ZOU GEVEN, STOND IN DE STERREN GESCHREVEN. VOOR HET EERST IN DE GESCHIEDENIS VAN DE COMPETITIE KWAMEN NIET TWEE, MAAR DRIE WINNAARS UIT DE BUS. ZO KONDEN DE AANWEZIGEN OP DE EVENTLOCATIE ÉN HET ONLINE PUBLIEK VAN DE LIVESTREAM KENNISMAKEN MET KERSVERSE EXPORTLEEUVEN MOLECUBES, SYLVA EN LOCINOX.

IN DE CATEGORIE 'BEDRIJVEN MET MAX. 49 MEDEWERKERS'

MOLECUBES,

GEBOREN EN GETOGEN WERELDSPELER

"DAMES EN HEREN, WE HEBBEN EEN PRIMEUR!" MET DEZE WOORDEN BRACHT ONZE GEDELEGEERD BESTUURDER CLAIRE TILLEKAERTS DE GENOMINEERDEN VOOR DE LEEUW VAN DE EXPORT PAS ÉCHT OP HET PUNTJE VAN HUN STOEL. DE FINALE JURERING HAD EEN GELIJKSPEL OPGELEVERD IN DE CATEGORIE 'BEDRIJVEN MET MAX. 49 MEDEWERKERS'. DAAROM GINGEN ZOWEL HET GENTSE MOLECUBES ALS HET LIEVEGEMSE SYLVA MET DE OVERWINNING NAAR HUIS. GOED VOOR EEN DUBBELE PORTIE FEESTVREUGDE OP HET WEDSTRIJDPODIUM. "DEZE TROFEE KOMT PROMINENT OP ONZE KAST TE STAAN", KLONK HET BIJ HET MOLECUBES-TEAM, DAT BLAAKTE VAN TROTS.

"We hebben veel tijd en energie in het wedstrijdossier gestoken", bevestigen oprichters **Roel Van Holen** en **Ewout Vansteenkiste** wanneer we hen de dag na de prijsuitreiking opbellen. "Toch hadden we niet meteen verwacht te winnen." Als piepjonge spin-off van de UGent nam Molecubes het dan ook op tegen geduchte concurrenten. Zo gaat het succesverhaal van bos- en haagplantenkweker Sylva eeuwen terug, terwijl Container Technics uit Wijnegem zich sinds begin de jaren 80 toespitst op ladingzekering.

Hoe de Gentenaars zich dan wisten te onderscheiden? **Ewout Vansteenkiste**: "Dat we een 'born global' zijn, spreekt ongetwijfeld tot de verbeelding. En hoewel Molecubes pas in 2015 werd opgericht, kunnen we sterke cijfers voorleggen. Daarnaast maken ook onze 'cubes' indruk. Dat zijn onze compacte scanners voor moleculaire beeldvorming om organen, tumoren of de werking van geneesmiddelen in 3D in beeld te brengen. Ze zijn het innovatieve resultaat van een hechte samenwerking met tal van academische en privéspelers uit het Vlaamse techlandschap. Die 'ecosysteemaanpak' kon de jury kennelijk wel smaken."

FLESJE KRAKEN

Dit is jullie eerste deelname aan de Leeuw van de Export en het is meteen prijs. Dat verdient allicht een feestje?

Roel Van Holen: "Ik heb net twee dozen champagne klaargelegd (lacht). Morgen houden we een teambuilding en dan heffen we samen het glas op de overwinning. Dit is dan ook een fantasti-

MOLECUBES IN FEITEN EN CIJFERS

- **Locatie:** Gent
- **Aantal medewerkers:** 20 voltijdequivalenten
- **Omzet (2020):** € 4.969.013
- **Exportaandeel in de omzet (2020):** 96%
- **Aandeel niet-EU-landen in de export:** 49%
- **www.molecubes.com**

sche erkenning voor ons jonge team, maar evengoed voor onze partners die mee aan dit succes hebben getimmerd."

Ewout Vansteenkiste: "Tegelijk biedt de Leeuw van de Export ons bedrijf heel wat exposure. In eigen land krijgen we zo ongetwijfeld meer spontane sollicitaties binnen en dat is goud waard. Vooral op salesvlak zijn we immers continu op zoek naar nieuw talent. In bepaalde buitenlandse markten geeft de trofee ons dan weer een extra commerciële troef. Vooral Aziatische zakenpartners hechten veel belang aan erkenning door de overheid."

"DIT IS EEN FANTASTISCHE
ERKENNING VOOR ONS JONGE TEAM
ÉN VOOR ONZE PARTNERS."

– ROEL VAN HOLEN



GEEN ANDERE KEUZE

Jullie zijn actief in een hoogtechnologische niche. Hoe beïnvloedt dat jullie exportstrategie?

Ewout Vansteenkiste: "We hadden geen andere keuze dan meteen onze pijlen op de globale markt te richten. Zo is onze exportstrategie heel nauw verweven met onze missie. Als technologiebedrijf willen we het gebruik van beeldvorming in pre-klinisch onderzoek verbreden. Belangrijk daarbij is om een draagvlak en vertrouwen voor onze technologie te creëren bij opinieleiders in toonaangevende onderzoekscentra, biotech-bedrijven en farmaceutische spelers wereldwijd. Daar waren we al mee bezig nog vóór Molecubes formeel werd opgericht."

Roel Van Holen: "Zo trokken Ewout en ikzelf met een eerste prototype van onze cubes naar internationale beurzen in Göteborg, Hamburg en zelfs Hawaï en Zuid-Korea. Door gerichte vragen te stellen aan de beursbezoekers konden we peilen naar de reactie van de markt nog voor ons product eigenlijk af was.

Ook leerden we op korte termijn veel bij over lokale verschillen op het vlak van sales. In Europa wilde iedereen bijvoorbeeld vooral onze technologie in detail leren kennen, terwijl Aziatische en Amerikaanse contacten veel belangstelling hadden voor ons jonge team en het strakke design van onze cubes. Dat we onze exportaanpak en marketingboodschap aan verschillende continenten en culturen moesten aanpassen, werd vanaf de start duidelijk."

"WE HADDEN GEEN ANDERE KEUZE DAN METEEN ONZE PIJLEN OP DE GLOBALE MARKT TE RICHTEN."

– EWOUT VANSTEENKISTE

BUITENKOMEN

In amper vijf jaar evolueerde Molecubes van een universitaire spin-off tot een gevestigde waarde in zijn niche. De omzet steeg elk jaar gemiddeld met 70% en het team breidde intussen uit van 4 naar een 20-tal medewerkers. Hoe is de salesaanpak mee geëvolueerd?

Ewout Vansteenkiste: "In het begin reisden Roel en ik de wereld af. Tot wel 35 keer per jaar trokken we erop uit. Vandaag hebben we een salesteam dat ons hierin ondersteunt. Maar we omringen ons ook met een netwerk van distributeurs en werken samen met aanbieders van andere beeldvormingstoepassingen of instrumenten voor preklinisch onderzoek. Het is een continue zoektocht, maar via het buitenlandse netwerk van FIT gaan veel deuren open. Met name dankzij technologie-attachés zoals Jan Wauters in Frankrijk en Wim Sohier in de VS. Wij hebben enorm kunnen 'hefbomen' op de ondersteuning van FIT."

Roel Van Holen: "De juiste distributiepartners vinden, is en blijft wel een uitdaging. We kiezen er bewust voor om onze distributeurs persoonlijk te trainen en gaan in het begin zelfs met hen mee op pad. Dat neemt veel tijd in beslag, maar we zijn dan wel zeker dat onze toestellen optimaal aan de man worden gebracht. Op een manier die is afgestemd op de lokale cultuur van de doelmarkt én trouw blijft aan onze eigen bedrijfscultuur."

"WE TRAINEN ONZE DISTRIBUTEURS
PERSOONLIJK EN GAAN IN HET BEGIN
ZELFS MEE OP PAD."

– ROEL VAN HOLEN

Een persoonlijke aanpak blijft dus ook in volle groei jullie hoogste goed.

Ewout Vansteenkiste: "Dat klopt. In een niche als de onze kan je niet anders dan uit je kot komen. En da's meteen ook mijn belangrijkste tip aan kandidaat-exporteurs: wie in een globale markt wil scoren moet buitenkomen. Internationale zakenreizen, handelsbeurzen, conferenties ... Het zijn uitgelezen kansen om lokale netwerken uit te bouwen, je markt te verkennen en de verwachtingen van lokale prospects te leren kennen."

Roel Van Holen: "Zeker nu we de coronacrisis stilaan achter ons beginnen te laten. Al heeft die er ook wel voor gezorgd dat bepaalde markten minder wantrouwig staan tegenover digitale prospectie. Bijvoorbeeld in het Verre Oosten. Terwijl we vroeger eerst vijf keer persoonlijk en ter plaatse moesten langsgaan om ietwat vertrouwen op te bouwen, kunnen we nu de eerste stappen ook via virtuele ontmoetingen zetten."

VERRE MARKTEN, NABIJE EXPERTISE

Momenteel zijn al meer dan 90 Molecubes-scanners aan het werk in 14 landen. Op welke markten mikken jullie voor verdere uitbreiding?

Ewout Vansteenkiste: "Vooral de VS is een belangrijke afzetmarkt. Niet minder dan vier van de tien Ivy League-instituten gebruiken er onze cubes al en ook bij verschillende farmaceutische en biotechspelers krijgen we steeds meer vaste voet aan de grond. Om verder te groeien op Amerikaanse bodem, hebben we zelfs een eigen filiaal opgericht in Boston."

Roel Van Holen: "Maar ook in Europa, Japan en Australië vind je onze scanners intussen in gerenommeerde academische instellingen en topinstituten waar iedereen op aast. Al liggen er nog verre markten in het vizier. Vandaag zien we bijvoorbeeld een sterke opkomst van beeldvorming in China. Daar werken we – net als eerder in India en Zuid-Korea – met een lokale distributeur om ons parcours gestaag verder uit te stippen. In tandem met FIT bestuderen we ook hoe we er een vast kantoor kunnen uitbouwen, want lokale vertegenwoordiging is in het Oosten nog belangrijker dan in het Westen."

Een groot deel van jullie internationale succes is natuurlijk te danken aan het product.

Roel Van Holen: "Absoluut, elke scanner is een knap staaltje innovatieve kunde en het resultaat van doorgedreven R&D. De hardware, software en technologie – samen goed voor een 600-tal verschillende componenten – zijn trouwens voor zo'n 80% van lokale bodem. Onze toestellen gaan daarenboven tien jaar of langer mee, waardoor we met onze klanten een stevige vertrouwensband op de langere termijn opbouwen."

Ewout Vansteenkiste: "Tijdens de coronacrisis bewezen onze cubes bovendien dat ze dat vertrouwen meer dan waard zijn. Door hun compactheid zijn ze het enige type scanners dat kan worden ingezet in sterk beveiligde virologische labo-omgevingen, onder meer binnen het COVID-onderzoek."

SALESTALENT GEZOCHT!

In zeer korte tijd speelde Molecubes al veel klaar, zoveel is duidelijk. Wat brengt de nabije toekomst?

Ewout Vansteenkiste: "Onze ambitie is om tegen 2024 de kaap van 10 miljoen euro omzet te ronden. Dat is een verdubbeling tegenover het cijfer van vorig jaar. Ambitieuw, jazeker. Maar er ligt dan ook nog zoveel onontgonnen potentieel voor ons bedrijf. Zo zullen we de komende jaren niet alleen ons productgamma verder differentiëren, maar ook onze salesorganisatie uitbreiden tot een 30-tal medewerkers. Kandidaten mogen zich trouwens altijd melden! Vooral op het vlak van sales zijn alle spontane sollicitaties meer dan welkom. We hebben dan wel een schaalbare business opgebouwd, onze mensen maken nog steeds het verschil."

TWEE WINNAARS IN DE CATEGORIE
'BEDRIJVEN MET MAXIMAAL 49 MEDEWERKERS':
SYLVA (TIM VAN HULLE)
EN
MOLECUBES (ROEL VAN HOLEN)





SYLVA

ZET SIERTEELT OP DE WERELDKAART MET INNOVATIEVE SPIRIT

AL GAAT DE FAMILIESTAMBOOM VAN DEZE PLANTENKWEKER AL ZEVEN GENERATIES TERUG. IN ZIJN OER-VLAAMSE SECTOR IS SYLVA EEN HEUSE INNOVATOR. EN DIE VERNIEUWING WETEN ZE OOK EFFECTIEF TE VERZILVEREN IN INTERNATIONALE GROEI. DE BEKRONING TOT LEEUW VAN DE EXPORT IN DE CATEGORIE 'BEDRIJVEN MET MAX. 49 MEDEWERKERS' IS DE KERS OP DE TAART VOOR HET BEDRIJF UIT LIEVEGEM. ZAAKVOERDER **TIM VAN HULLE**: "WAT EEN ONGELOOFLIJKE OPSTEKER VOOR DE SIERTEELT".

De ontlading was groot toen zaakvoerder Tim Van Hulle met zijn trofee het podium afstapte: "Niet alleen voor Sylva is deze award fantastisch, maar ook voor de sierteeltsector in zijn geheel!" Daags na de uitreiking is hij al een beetje bekomen van de emoties. Samen met exportmanager **Geert Caignau** blikt hij terug op een aantal intensieve maanden in wedstrijdmodus.

IDEAAL REFLECTIEMOMENT

"Naast een geweldig boeiende ervaring hebben we de Leeuw van de Export ervaren als het ideale reflectiemoment", steekt Tim Van Hulle van wal. "Je wordt verplicht om stil te staan bij wat je doet en waarom, je sterktes én je zwakke punten. In de dagelijkse rush komt dat er niet van, maar eigenlijk zou je elke drie jaar eens zo'n moment van bezinning moeten inlassen."

"Dat we genomineerd waren voor zo'n prestigieuze prijs, vonden we al een hele eer", benadrukt Geert Caignau. "Maar dat de award hier nu effectief op onze kast staat, is toch de mooiste bevestiging dat we wel degelijk op het juiste spoor zitten. Door in te spelen op vernieuwing willen we de Vlaamse sierteelt sterker en internationaal bekender maken. We zijn gelukkig dat de eindjury dat ook wist te waarderen."

WERELDPRIMEUR

Op innovatievlak scheert Sylva inderdaad hoge toppen. Varen jullie hiermee een aparte koers binnen de Vlaamse sierteelt?

Tim Van Hulle: "Toch wel. Sinds een aantal jaar zetten we in op technologische vernieuwing om efficiëntiewinst te boeken. We



SYLVA IN FEITEN EN CIJFERS

- **Locatie:** Lievegem (Waarschoot)
- **Aantal medewerkers:** 30,5 voltijdequivalenten (België)
- **Omzet (2020):** € 7.918.327,07
- **Exportaandeel in de omzet (2020):** 80%
- **Aandeel niet-EU-landen in de export:** 13%
- **www.sylva.be**

omringen ons hiervoor met verschillende onderzoekspartners. Na een haalbaarheidsstudie van ILVO en IWT, bijvoorbeeld, bouwden we samen met de Vlaamse machinebouwer SMO onze sorteermachine voor bosplantsoen, een wereldprimeur! Met zijn capaciteit van 8 à 10.000 planten per uur vervangt deze machine de arbeidsintensieve manuele sortering.”

Geert Caignau: “Eveneens met ILVO ontwikkelden we een rooi-machine voor jonge zaailingen. Door middel van camera’s en artificiële intelligentie is deze ingenieuze machine in staat om de planten in het zaabed te tellen, nog voor ze worden gerooid. Door deze ingrepen slagen we erin om buitenlandse orders binnen te halen van een grootteorde die onze concurrenten niet aankunnen.”

“ONZE SORTEERMACHINE IS NOG MAAR EEN BABY DIE VOORZICHTIG ZIJN EERSTE PASJES ZET.”

– TIM VAN HULLE

DRONES EN ONKRUIDROBOTS

Zitten er nog andere vernieuwingen in de pijplijn waarover jullie al een tipje van de sluier mogen oplichten?

Tim Van Hulle: “Absoluut, ook de komende jaren zal technologische innovatie een sterke katalysator blijven voor onze groei. Onze sorteermachine, bijvoorbeeld, is nog maar een baby die

voorzichtig zijn eerste pasjes zet. De basis is gelegd, maar we broeden op tal van projecten om ons concurrentieel voordeel verder te vergroten: van dronetechologie over in-vitrovermeerdering tot een robot om onkruid te wieden. De sierteelt heeft een klassieke tot zelfs conservatieve reputatie, maar daar maken wij komaf mee.”

JUBILEUMLEEUW, JUBILEUMJAAR

De boomkwekerij van de familie Van Hulle gaat terug tot halfweg 18e eeuw. Wanneer kwam Sylva op de proppen?

Tim Van Hulle: “We dragen deze naam sinds 1972, toen mijn grootvader aan het roer van het bedrijf kwam. Sylva is bos in het Latijn, maar wij kozen voor een schrijfwijze met ypsilon, door de visuele gelijkenis met een plantenschuit die wortelt in de grond. In een grote familie van plantenkwekers wilde hij een klinkende en vooral onderscheidende naam, precies omdat hij exportplannen koesterde.”

Geert Caignau: “In 2022 bestaat onze merknaam dus een halve eeuw. Dat we deze award binnenhalen in het jubileumjaar van de Leeuw van de Export én op de vooravond van ons eigen jubileumjaar, mooier kan niet.”

OGEN EN OREN

Vanaf wanneer ging Sylva internationaal?

Geert Caignau: “Vanaf de jaren 70 vonden onze planten steeds vaker hun afzet in de buurlanden, het VK en een aantal Zuid-Europese markten. In de jaren 90 kwamen daar ook Scandinavië, Zwitserland en Oostenrijk bij. Maar de internationaliseringsstrategie kreeg echt vaste vorm vanaf 2003, toen Tim en zijn broer Bram aan de leiding van het bedrijf kwamen. Vrij snel kwam er een eerste agent in Centraal- en Oost-Europa en enkele jaren later was de eerste deal in de VS een feit.”

Tim Van Hulle: “In de loop der jaren breidde dat agentennetwerk verder uit. Vandaag staat de teller op zeven, met lokale agenten in Rusland en China, en een distributeur in Zuid-Korea. Zij zijn onze ogen en oren in de markt. Maar de agentenstructuur kan zeker nog verdere uitbouw gebruiken. Er zijn immers nog tal van markten die we dieper kunnen binnendringen, zoals India of de Maghreblanden.”

“DE AMBITIE IS ER OM OOK HET ZUIDELIJK HALFROND TE VEROVEREN.”

– GEERT CAIGNAU

ONDER DE EVENAAR

Grote delen van Afrika, maar ook Zuid-Amerika zijn nog blinde vlekken op de exportkaart van Sylva. Koesteren jullie plannen om ook die markten te veroveren?

Tim Van Hulle: “In landen onder de evenaar zijn de seizoenen omgekeerd: het is er lente als bij ons de herfst start. Planten die we hier kweken, aarden moeilijk onder de evenaar. Dus daar kunnen we eigenlijk niet actief zijn. Nochtans zou Zuid-

Amerika voor ons een interessante afzetmarkt zijn, net zoals Australië en grote delen van Afrika.”

Geert Caignau: “Ik steek het niet onder stoelen of banken: de ambitie is er om ook het zuidelijk halfrond te veroveren. Concreet denk ik dan aan productie ter plaatse, eventueel via een acquisitie. Maar dat is een totaal nieuw avontuur waar de tijd momenteel nog niet rijp voor is.”

HORTENSIA'S ARE HOT

Een nieuwe markt aanboren met planten, hoe gaat dat eigenlijk in zijn werk?

Geert Caignau: “Eerst en vooral onderzoeken we of het land op fyto-sanitair vlak toegankelijk is. In de VS en Canada, bijvoorbeeld, maakt de wetgeving het ons heel lastig om planten uit ons land in te voeren. Die markten zijn voor ons dus op slot, terwijl Nederlandse planten er wel binnenraken.

Na de fyto-sanitaire eisen brengen we het concurrentieveld in kaart, we checken de beschikbare transportmogelijkheden en of er een kwekersorganisatie is. Samen met FIT is zo'n instantie vaak het startpunt van onze prospectie.”

Tim Van Hulle: “Uiteraard brengen we ook het potentieel van de afzetmarkt in kaart, zowel qua bebossing, haag- en landschapsbeplanting als voor ons sierassortiment. Hiervoor doen we een beroep op cijfergegevens van VLAM. Merkwaardig is dat in ontluikende markten als China, Kazachstan of Oezbekistan onze bloeiende sierplanten meestal de eerste deuropener zijn. Hortensia's, bijvoorbeeld, zijn enorm gegeerd in Rusland.”

“OM DE VS EN CANADA TE OPENEN VOOR PLANTEN UIT ONS LAND LIGT ER NOG EEN UITDAGING BIJ DE BELEIDSMAKERS.”

– GEERT CAIGNAU

BREXIT-HUISWERK

Het VK was een van jullie afzetmarkten van het eerste uur. Zette de Brexit een domper op jullie business daar?

Tim Van Hulle: “Nee, integendeel. Naast de Brexit-dienstverlening van FIT namen we onze eigen Brexit-coördinator in dienst om Sylva tot in de puntjes voor te bereiden qua fyto-sanitaire en douanereglementeringen. In tegenstelling tot veel van onze concurrenten kwam de uitstap van het VK uit de EU voor ons dus niet met onaangename verrassingen. Sterker nog, over het Kanaal tekende onze omzet intussen al een stijging op van maar liefst 69%.”

Geert Caignau: “Lang verhaal kort: succes in export bereik je door je huiswerk te maken. Hetzelfde geldt voor de fyto-sanitaire beperkingen in de VS en Canada. Wij zetten ons vandaag al schrap om het gigantische potentieel te ontginnen zodra de regels versoepelen. Om die markten te openen voor planten uit ons land ligt er wel nog een uitdaging bij de beleidsmakers.”

BEPERKTE CORONADIP

Ook om de coronacrisis kunnen we natuurlijk niet heen. We herinneren ons allemaal nog de bloemen- en plantenkwekers die hun producten noodgedwongen moesten vernietigen. Was dat ook bij Sylva het geval?

Tim Van Hulle: “Nee, gelukkig niet. Van bos- en haagplanten loopt het verkoopseizoen in maart al op zijn laatste benen. Dus net voor de lockdown van maart vorig jaar hadden wij het gros van onze internationale bestellingen al uitgeleverd. Dat in tegenstelling tot de kwekers van azalea's en andere perkplanten.”

Geert Caignau: “Zij werden inderdaad zwaar getroffen. Vanaf april kwam internationaal transport zwaar onder druk, her en der moesten tuincentra de deuren sluiten en seizoensarbeiders raakten het land niet meer binnen. Maar wij bleven dus grotendeels gespaard van een coronadip.”

PLANTEN OP MAAT

De planten van Sylva vinden hun afzet in 40 landen, waaronder 14 niet-EU-markten. En dat terwijl je zou denken dat bos- en haagplanten net zo goed lokaal kunnen worden geteeld. Hoe maken jullie het verschil?

Tim Van Hulle: “Bij Sylva kweken we maar liefst 150 verschillende soorten planten, samen met onze klanten en volledig op hun maat. Dat maakt ons uniek, waardoor zelfs telers uit belangrijke sierteeltlanden als Nederland of Duitsland bij ons aankloppen. Bij ons gaat het niet per se om enorme volumes of de laagste prijs, maar om heel specifieke plantensoorten die bovendien perfect en duurzaam opgekweekt zijn.”

“WE LEVEREN EEN GROTE INSPANNING VOOR DE WERELDWIJDE CO₂-REDUCTIE.”

– TIM VAN HULLE

DUURZAME WERELD

Over duurzaamheid gesproken: al sinds 1997 beschikt Sylva over een MPS-certificering A+, de hoogste graad van duurzame teelt. Hoe brengen jullie dat in de praktijk?

Geert Caignau: “We vervangen chemische onkruidbestrijding zoveel mogelijk door mechanische. Met behulp van widders houden we de percelen vrij van jong kiemend onkruid. Maar ook qua gewasbeschermingsmiddelen trekken we volop de ecologische kaart. Zo zijn we een testbedrijf van onderzoeksinstellingen PCS en ILVO voor duurzame gewasbestrijdingsmiddelen. En door de sortering te automatiseren verkleinen we onze reststromen. Daarbovenop investeren we in hernieuwbare energie en opvang van regenwater.”

Tim Van Hulle: “Maar ook onze producten zelf dragen bij aan een duurzamere wereld. Op jaarbasis kweken we 25 miljoen planten, goed voor 10.000 hectare nieuwe bebossing of 20.000 voetbalvelden aan bos- en landschapsplanten. Zo leveren we vanuit het Oost-Vlaamse Lievegem een grote inspanning voor de wereldwijde CO₂-reductie.”

IN DE CATEGORIE 'BEDRIJVEN MET 50 OF MEER MEDEWERKERS'



LOCINOX:

VERBORGEN KAMPIOEN TREEDT UIT DE SCHADUW

'FASTER, BETTER, HARDER, STRONGER' VAN DAFT PUNK IS HET LIJFLIED VAN LOCINOX. "OMDAT WE ALLEBEI PIONIEREN ZIJN IN ONS VAK", LEGT CEO **MIK EMMERRECHTS** UIT. "EN DE SONG SLUIT PERFECT AAN BIJ ONS GROEIVERHAAL." VOOR DAT GROEIVERHAAL VERDIENT LOCINOX ZONDER TWIJFEL DE ONDERSCHIEDING 'LEEUVAN DE EXPORT', VOND DE EINDJURY. HET HELE LOCINOX-TEAM IS IN DE WOLKEN: "HET VOELT ALSOF WE DE TOUR DE FRANCE HEBBEN GEWONNEN, ZO UITGELATEN IS IEDEREEN. DE FOODTRUCK VOOR MORGEN IS AL BESTELD EN DE PINTJES STAAN KOUD."

LOCINOX IN FEITEN EN CIJFERS

- **Locatie:** Waregem
- **Aantal medewerkers:** 94 voltijdequivalenten (België)
- **Omzet (2020):** € 38.902.346
- **Exportaandeel in de omzet (2020):** 90%
- **Aandeel niet-EU-landen in de export:** 15%
- **www.locinox.com**

"We hadden natuurlijk wel op de award gehoopt, maar het blijft een wedstrijd en er kan er maar eentje winnen. Camco Technologies en OTN Systems, de andere genomineerden in onze categorie, zijn allebei sterke bedrijven met een schitterend parcours", vertelt Mik Emmerechts de dag na de uitreiking. "Bovendien zijn zij echte technologiespelers. Wij ontwikkelen mechanische en elektromechanische producten voor de hekkwerk- en poortindustrie."



Dat klinkt niet zo hightech. We vreesden dat dat in ons nadeel ging spelen." "Al was dat misschien net onze joker", vult Sales Director **Lieven Pieters** aan. "Onze sector lijkt vrij traditioneel. Maar als je ons verhaal leest, merk je dat het doordringen is van innovatie, digitalisering en ondernemerschap. Dat heeft de jury goed begrepen."

"ONZE SECTOR LIJKT VRIJ
TRADITIONEEL MAAR ONS
VERHAAL IS DOORDRONGEN VAN
INNOVATIE, DIGITALISERING EN
ONDERNEMERSCHAP."

– LIEVEN PIETERS

IEDEREEN LEEUW

"We zijn allemaal leeuwen" staat er vandaag op de LinkedIn-pagina van Locinox. Jullie dragen de award bewust op aan het hele team?

Mik Emmerechts: "Absoluut, de Leeuw hebben we te danken aan alle medewerkers. Klanten zijn fan van Locinox voor onze topkwaliteit en innovatie, onze uitstekende services en de fijne klantenrelaties. Dat is niet alleen de verdienste van sales, maar van iedereen. Je hoort altijd dat een onderneming maar zo sterk is als de zwakste schakel. Hier zijn er alleen maar sterke schakels."

EXPORT ALS BELANGRIJKE HOEKSTEEN

Jullie producten worden gebruikt in 57 landen. Wanneer zette Locinox zijn eerste stappen in het buitenland?

Mik Emmerechts: "Kort na de start al. Onze oprichter Joseph Talpe nam in 1988 een metaalbewerkingsfirma over. Hij leverde

initieel diensten maar besloot op zoek te gaan naar een eigen product met meer toegevoegde waarde. Dat kwam er dankzij zijn broer, die goede buitensloten nodig had voor de hekken die hij produceerde. Het eerste poortslot was een groot succes. Omdat de Vlaamse markt te klein was voor zo'n nicheproduct, ging Locinox snel internationaal."

Lieven Pieters: "In het begin werkten we vooral samen met poortleveranciers in onze buurlanden en Europa blijft natuurlijk onze grootste markt. Maar de voorbije 10 jaar hebben we ook fors geïnvesteerd in export naar de rest van de wereld. We bewerken de verschillende markten heel bewust parallel. Zo zijn we vandaag ook actief in Oost- en Centraal Europa, de VS en steeds meer ook in Australië, Midden-Amerika enzovoort. Polen en de VS zijn ondertussen belangrijke groeimarkten."

Wat zijn de grootste uitdagingen waar jullie op stoten?

Lieven Pieters: "Dat zijn er best wat, natuurlijk. Exporteren is een stuk experimenteren. Je ontdekt gaandeweg dat elke markt een andere aanpak en andere noden heeft. Dat is een uitdaging maar tegelijk heel boeiend en verrijkend. Je leert altijd bij. In de VS kregen we de voorbije jaren veel vraag naar een kindveilig zwembadslot. Onze R&D-afdeling ontwikkelde daarom een innovatief, kwalitatief zwembadslot dat ons weer een flinke voor-sprong geeft tegenover onze Amerikaanse concurrenten. Dat slot willen we nu ook lanceren op de Europese markt."

DE KRACHT VAN OMNICHANNEL

Hoe verkennen en bedienen jullie de buitenlandse markten?

Mik Emmerechts: "We zetten volop in op een omnichannel-salesstrategie. 60% van de markt benaderen we rechtstreeks. De marktverkenning gebeurt altijd door een collega uit ons team. Eens we inzicht hebben in de markt gaat een lokaal Locinox-team aan het werk. Een Pool wil zakendoen met een Pool en een Rus met een Rus. Daar kan je niet omheen." "Zo'n eigen lokaal salesteam heeft veel voordelen. Wij kennen onze producten bijvoorbeeld door en door, terwijl een distributeur meerdere merken verdeelt. Doordat we lokaal aanwezig zijn, houden we de vinger aan de pols van de markt. En komt er feedback op onze producten, dan kunnen we dat meteen tackelen. Trouwens, door de directe benadering blijft ook onze marge in Vlaamse handen."

"WE ZETTEN VOLOP IN OP EEN
OMNICHANNEL-SALESSTRATEGIE
MAAR MET EEN GROTE FOCUS
OP DE DIRECTE INTERNATIONALE
VERKOOP."

– MIK EMMERECHTS

Zijn er landen waar dat directe businessmodel niet werkt?

Mik Emmerechts: "In landen met strenge importbeperkingen of een grote taalbarrière, zoals Rusland, werken we met partners. Ook voor bepaalde types producten zijn dealers de beste keuze. Hydraulische poortsluiters, bijvoorbeeld, verkopen we hoofdzakelijk indirect."

Lieven Pieters: "We mogen ook het digitale kanaal niet vergeten. Onze b2b-webshop is vandaag al goed voor 30% van onze omzet. Locinox zet hard in op digitalisering, ook voor prospectie. De COVID-pandemie heeft die trend versneld. Waar we tot in 2020 nog op het vliegtuig sprongen voor buitenlandse meetings, gebruiken we nu videoconferencing. Zo kunnen we veel vlotter nieuwe markten verkennen."

"30% VAN ONZE OMZET DRAAIEN
WE VANDAAG AL RECHTSTREEKS VIA
ONZE B2B-WEBSHOP."

– LIEVEN PIETERS

INNOVATIE IN EEN NICHE MET TRADITIONELE REPUTATIE

Aan de bron van jullie exportsucces ligt natuurlijk jullie aanbod. Wat maakt Locinox-producten zo succesvol?

Mik Emmerechts: "Locinox is actief in een nichemarkt: we focussen puur op hang- en sluitwerk voor buitenomgevingen. Omdat onze business zo specifiek is, kennen we de markt door en door en kan ons R&D-team heel gericht zoeken naar manieren om onze producten te verbeteren en te vernieuwen. Doordat Locinox een niet-geïntegreerd fabricagebedrijf is, dat wel eigen assemblage doet maar de productie van componenten uitbesteedt, zijn onze ingenieurs ook niet gebonden aan een machinepark. Ze kunnen met een heel open geest ontwikkelen."

Lieven Pieters: "Dat leidt tot uitzonderlijke producten. Zo zijn wij de enige fabrikant ter wereld met een weerbestendige hydraulische poortsluiter. Van de tropische temperaturen in Florida tot de vrieskou in Noorwegen: een Locinox-vergrendeling werkt in alle weersomstandigheden. De combinatie van kwaliteit en innovatie maakt ons uniek. Dat vertaalt zich in een serieuze portefeuille aan patenten, 1 per 2 medewerkers."

Mik Emmerechts: "Trouwens, als we over innovatieve producten spreken, gaat het niet puur over hardware. Locinox heeft 8 IT'ers in dienst, op een team van 94 mensen. Dat is markant voor een maakbedrijf. We ontwikkelen meer en meer digitale toepassingen die samenwerken met onze producten."

"LOCINOX HEEFT 8 IT'ERS IN DIENST,
OP EEN TEAM VAN 94 MENSEN. NOT
YOUR AVERAGE MAAKBEDRIJF."

– MIK EMMERECHTS

NEXT DAY DELIVERY? UITERAARD!

Klanten verwachten vandaag meer dan kwalitatieve en innovatieve producten. Op welke andere manieren innoveert Locinox?

Mik Emmerechts: "Onze toegevoegde waarde komt voor een derde uit services. Locinox staat bekend voor een supersnelle levering. Of het nu om een bestelling ter waarde van 200 euro of 100.000 euro gaat: 97% wordt binnen de 24 uur verzonden. Vaak moeten de producten binnen die tijd zelfs op maat van de klant worden geassembleerd en volgens zijn noden worden verpakt. Dat vergt forse investeringen in automatisering en robotisering. Onze nieuwe fabriek wordt een echte Factory of the Future."

Lieven Pieters: "We hebben ook een unieke visie op samenwerking: openheid en participatie zijn cruciaal. Intern vertaalt zich dat bijvoorbeeld naar zelfsturende teams. Dat zorgt voor fantastisch gemotiveerde medewerkers."

Mik Emmerechts: "Vertrouwen speelt daarbij een grote rol, net zoals in onze relaties met klanten en leveranciers. Vraag bij ons bijvoorbeeld geen exclusiviteits- of verkoopcontract. Als een klant weggaat, is dat omdat we hem teleurstellen op het vlak van kwaliteit, dienstverlening en/of emotionele beleving. Net het feit dat we geen contracten hebben, houdt iedereen binnen Locinox scherp om het vertrouwen van onze klanten elke dag opnieuw te verdienen."

"HET VERTROUWEN VAN ONZE
KLANTEN MOETEN WE ELKE DAG
OPNIEUW VERDIENEN."

– MIK EMMERECHTS

CONCURRENTIE: EEN AANDACHTSPUNT MAAR GEEN BEDREIGING

Wapent jullie strategie je voldoende tegen concurrentie? Hoe bang zijn jullie voor copycats?

Mik Emmerechts: "Zonder concurrenten is er geen markt. Maar we zijn niet bang voor onze concurrenten. Dankzij onze kwaliteit en innovatie blinken wij uit in onze niche. We moeten gewoon snel genoeg blijven fietsen, zodat we op kop blijven."

Lieven Pieters: "Wat hierbij ook belangrijk is: we doen niet mee aan een race to the bottom als het op prijzen aankomt. Locinox staat voor innovatie en kwaliteit en dat heeft een prijs."

Door daaraan vast te houden, til je de markt naar omhoog. Zo blijf je de toon zetten, zelfs in een competitieve markt.”

“WE MOETEN SNEL GENOEG BLIJVEN FIETSEN, ZODAT WE OP KOP BLIJVEN.”

– MIK EMMERECHTS

DE OPPORTUNITEITEN VAN EEN PANDEMIE

Terwijl de groei bij andere bedrijven sputterde tijdens de coronacrisis, leggen jullie groeicijfers neer. Hoe verklaar je dat succes?

Mik Emmerechts: “Voor de crisis groeiden we al met double digits. Tijdens de crisis zijn we acyclisch gaan investeren in nog meer nieuwe productontwikkeling en meer personeel. Het was het ideale moment om mensen te vinden en ook ons verkoop-team uit te breiden. Bovendien hadden we ook de markt mee. Door de lockdown zijn mensen meer gaan investeren in hun eigen huis en tuin: zowel in beveiliging als in outdoorliving. Dat is een meevaller voor Locinox. Tijdens de crisis, en zeker ook vandaag nog, is stock ‘king’. Wij hebben voor elke component een A- en een B-leverancier. Dat is heel nuttig in tijden van schaarste. Tijdens de pandemie konden we 97% van onze orders leveren. Dat heeft ons geen windeieren gelegd”.

DUURZAAMHEID VERANKERD

Meer en meer bedrijven kiezen er vandaag voor om duurzaamheid te verankeren in hun bedrijfsvoering. Is maatschappelijk verantwoord ondernemen belangrijk voor Locinox?

Mik Emmerechts: “Heel belangrijk. Vanaf de designfase van elk product houden we rekening met de recycleerbaarheid. Elke component moet op het einde van zijn levensduur ontmanteld en hergebruikt kunnen worden. Daarnaast weren we vervuilende processen uit onze productieketen. En we vragen hetzelfde van onze leveranciers. Onze nieuwe productie-eenheid zal trouwens bijna energieneutraal zijn. We hebben er ook 150 bomen geplant, eentje voor elke Locinox-medewerker wereldwijd, zodat ze kunnen meegroeien met het bedrijf.”

Lieven Pieters: “Om ons engagement te ondersteunen, hebben we het VOKA Charter Duurzaam Ondernemen ondertekend. Dat gaat verder dan ecologische doelstellingen. Ook op sociaal vlak willen we duurzaam ondernemen. We werken bijvoorbeeld samen met maatwerkbedrijven en we investeren heel erg in onze eigen mensen.”

“VANAF DE DESIGNFASE VAN ELK PRODUCT HOUDEN WE REKENING MET DE RECYCLEERBAARHEID VAN AL ONZE MATERIALEN.”

– MIK EMMERECHTS

COLLEGA-ONDERNEMERS INSPIREREN

Rekrutering is vandaag de achilleshiel van veel bedrijven. Vinden jullie de juiste mensen om jullie groei te ondersteunen?

Mik Emmerechts: “We hebben elk jaar de ambitie om met dubbele cijfers te groeien en om de vijf jaar willen we onze omzet verdubbelen. 2020 en 2021 waren recordjaren. We hebben dus veel nieuwe mensen nodig. Op dat vlak is onze beperkte naambekendheid een nadeel. Locinox moet dringend uit de schaduw treden.”

Dat is een van de doelstellingen van de ‘Leeuw van de Export’. Hoe willen jullie het ambassadeurschap uitdragen?

Lieven Pieters: “We hebben deze award heel hard gewild en geloven dat die ons op de kaart zal zetten. Maar we hopen vooral dat we andere bedrijven kunnen inspireren. Mik en ikzelf willen onze boodschap met plezier uitdragen in de komende maanden en we zijn ook benieuwd naar de ervaringen van andere bedrijven. Misschien opent deze award wel deuren naar interessante ontmoetingen.”

ZOEK HET NIET TE VER

Wat is de ultieme exporttip die jullie, als ‘Leeuw van de Export’, tijdens zo’n ontmoeting zouden delen?

Lieven Pieters: “Zorg voor een exportstrategie met heldere objectieven en maak voldoende tijd en middelen vrij. Export is niet iets dat je zomaar aan het toeval overlaat.”

Mik Emmerechts: “Investeer volop in digitalisering en innovatie, maar zoek het ook niet te ver. Je hoeft echt niet meteen AI-technologie te omarmen of aartsmoeilijke research te doen om te innoveren. Durf out-of-the-box te denken. Wees niet bang om te veranderen.”

“INVESTEER IN DIGITAAL EN INNOVATIE MAAR ZOEK HET NIET TE VER. WEES NIET BANG OM TE VERANDEREN EN VOER GERUST VERSCHILLENDE VERANDERINGEN TEGELIJKERTIJD IN.”

– MIK EMMERECHTS

HERBELEEF DE LEEUW VAN DE EXPORT 2021





**DE VLAAMSE
VEERKRACHT**

Een investering van
4,3 miljard in elke Vlaming.









**MEER FOTO'S ZIEN?
BEKIJK ZE OP
<https://bit.ly/3DazWZS>**

**OF KIJKT U LIEVER NAAR
DE AFTERMOVIE?
<https://wi.st/3iBtC5S>**

DOSSIER

PORT

**EEN SMELTKROES
VAN TALENT EN
OPPORTUNITeiten**



UGAL

ZON, ZEE, STRAND. PORTUGAL IS ALS UITERSTE WESTHOEK VAN EUROPA, MET Z'N ARCHIPELS MADEIRA EN DE AZOREN, EEN GELIEFDE VAKANTIEBESTEMMING VOOR TOERISTEN VAN OVERAL TER WERELD. TOT COVID-19 ROET IN HET ETEN GOOIDE. OP EEN VOLLEDIG HERSTEL VAN DE TOERISTISCHE SECTOR ZAL HET NOG EVEN WACHTEN ZIJN, MAAR ISABEL CRÓ, ONZE LANDENEXPERT IN LISSABON, ZIET INMIDDELS HEEL WAT ANDERE SECTOREN WAAR DE KANSSEN VOOR HET GRIJPEN LIGGEN.



Wie de afgelopen dertig jaar aanklopte bij FIT in Portugal, herkent haar vast nog uit de duizend: onze Vlaamse Economische Vertegenwoordiger in Lissabon, **Isabel Cró**, begeleidt er al sinds 1990 – toen FIT nog Export Vlaanderen heette – Vlaamse exporteurs met hun Portugese bedrijfsplannen. De geknipte persoon dus om opportuniteiten te spotten.

ALS EEN FENIKS UIT Z'N AS

Isabel Cró: “De wereldwijde coronapandemie bracht pijnlijke herinneringen naar boven aan de diepe economische crisis waaruit Portugal net terug opklom. In 2001 kwam de economische groei tot stilstand, met een recessie en almaar hoger wordende staatsschuld tot gevolg. Op het dieptepunt van de wereldwijde kredietcrisis in 2011 kon de overheid de schulden niet meer terugbetalen. Toch wist Portugal weer recht te krabbelen, dankzij het Europese noodfonds, maar ook dankzij inspanningen van de overheid en vergaande bezuinigingen.”

“Voor COVID-19 was Portugal nog enigszins een kwetsbaar land. De staatsschuld was in 2020 met 324,94 miljard dollar nog torenhoog, en ook de vergrijzende bevolking bracht de groei in gevaar. De coronacrisis heeft hard ingehakt op de economie. In 2020 kromp het bbp met 8,4%; de grootste jaarlijkse terugval sinds 1936. De toeristische sector – de sterkmaker van de economie – is het zwaarst getroffen.”

“Toch slaagt Portugal erin een groeispurt neer te zetten en zich vrijwel in hetzelfde tempo te herstellen als de rest van Europa. In 2021 wordt een toename van 3,9% van het bbp verwacht, en in 2022 zelfs een stijging van 5,1%. Een sterke prestatie, zeker omdat de toeristische sector allicht pas in 2022 het pre-crisisniveau zal evenaren.”

PORTUGAL WORDT STERKSTE EU-STIJGER IN 2022

➤ **PORTUGAL KOMT IN 2022 ALS STERKSTE STIJGER BOVEN NEDERLAND (3,3%), FRANKRIJK (4,2%) EN DUITSLAND (4,6%) UIT IN DE VOORSPELLINGEN VAN DE EUROPESE COMMISSIE.**

“Die Portugese veerkracht heeft ertoe geleid dat het z'n positie behoudt van meest betaalbare West-Europese land om te wonen, met een relatief laag werkloosheidscijfer, vrij stabiele economische groei en algemene tevredenheid van z'n bevolking.”

“Maar ook de Portugese regering zet zwaar in om het tij te keren van de coronacrisis met steunmaatregelen voor bedrijven en werknemers. Ook hervormingsplannen zoals 'Programa Nacional de Reformas' en 'Portugal 2030' geven de economie een duwtje in de rug met investeringen in onder andere economische innovatie, groene economie, de modernisering van de staat en ICT. Die twee laatste zijn bijvoorbeeld al merkbaar in de digitalisering van zowel de publieke als private dienstensector. De coronacrisis bracht die transformatie in een stroomversnelling.”

“DE BELANGRIJKSTE STERKTES VAN DE PORTUGESE MARKT? HET AANGENAME KLIMAAT, DE SOCIALE STABILITEIT, DE GOEIE INFRASTRUCTUUR EN DE HOOG OPGELEIDE BEROEPSBEVOLKING.”



HIER LIGGEN DE KANSSEN VOOR HET GRIJPEN

DE PORTUGESE MARKT IS NOG LANG NIET VERZADIGD. ER IS VEEL POTENTIEEL VOOR VLAAMSE EXPORTEURS, BIJVOORBEELD IN DEZE VIJF KANSRIJKE SECTOREN.

1. CIRCULAIRE BOUW(MATERIALEN)

“Wie circulair bouwt, gebruikt materialen en grondstoffen zo efficiënt mogelijk én hergebruikt ze waar het kan. De vraag naar duurzame bouwmethodes en -materialen stijgt snel in Portugal. Ondernemers kunnen daarop inspelen zowel bij de uitvoering van circulaire woningbouw als de levering van innovatieve gerecycleerde of herbruikbare materialen.”

2. NIEUWE TECHNOLOGIEËN

“De overheid investeert fors in jonge technologiebedrijven of pas afgestudeerde studenten met een innovatief idee. Ook incubatoren, acceleratoren en technologielabs schieten uit de grond en geven de IT-sector een enorme boost. Lissabon neemt hierin duidelijk het voortouw. Smart cities, artificiële intelligentie, big data, cybersecurity – er liggen heel wat opportuniteiten.”

3. HERNIEUWBARE ENERGIE

“Portugal wil zichzelf positioneren als leider in groene energie. Door sterk te investeren in de duurzaamheid van industrieën en regio's, wil het land bovendien meer welvaart en werkgelegenheid creëren. Bedrijven actief in hernieuwbare energie uit zon, wind en water, en cleantech, technologieën die bijdragen aan een duurzamer milieu, maken mee het verschil.”

4. BLAUWE ECONOMIE

“Blauwe economie doelt op alle economische activiteiten die te maken hebben met oceanen, zeeën en kusten. Vooral wetenschappelijke organisaties en onderzoekscentra staan open voor samenwerkingen met buitenlandse experts op het vlak van energievoorziening op zee, blauwe bio-economie, offshore aquacultuur, ecosysteemdiensten en slim materiaalgebruik. De Belgisch-Portugese Kamer van Koophandel organiseert ook jaarlijks een event om de banden tussen Belgische en Portugese spelers actief in de blauwe economie aan te halen.”

5. TRANSPORT-INFRASTRUCTUUR

“Om de logistiek op nationaal niveau te versterken, investeert de overheid ook stevig in de transport- en spoorwegsector. Zo zal de diepzeehaven in Sines uitgebreid worden met een extra containerterminal en komt er een nieuwe hogesnelheidslijn tussen Porto en Lissabon.”

GEEN KOOPJE? GEEN KOOP

➤ **PORTUGESE CONSUMENTEN STAAN OPEN VOOR BUITENLANDSE PRODUCTEN. ZE ZIJN NIEUWSGIERIG NAAR NIEUWE ERVARINGEN, MAAR LATEN HEN IN DE KEUZE VAN EEN PRODUCT HARD LEIDEN DOOR DE PRIJS. HET HELE LAND KAMPT MET EEN TOENEMENDE VERGRIJZING, WAARBIJ DE GEMIDDELDE CONSUMENT EEN RELATIEF LAGE KOOPKRACHT HEEFT TEGENOVER ANDERE EUROPESE INWONERS.”**

BLIND DATE MET UW BEDRIJFSPARTNER? SLECHT IDEE ...

VOLG LIEVER HET BEDRIJFSRELATIE-
ADVIES VAN ISABEL:

TIP 1 LEER UW BEDRIJFSPARTNER GRONDIG KENNEN

"Noem me gerust ouderwets, maar om een goede zakenrelatie uit te bouwen, volstaat een videocall niet. Kom regelmatig naar Portugal, bezoek uw potentiële bedrijfspartners en directe klanten, en leer elkaar écht kennen. Vraag naar de bedrijfsstructuur, gebruikelijke betalingstermijnen, verwachte marges enz. Zo vermijdt u later vervelende verrassingen."

TIP 2 CONTROLEER DE FINANCIËLE GEZONDHEID

"Een relatie is gebaseerd op vertrouwen, maar check en dubbelcheck toch maar de kredietwaardigheid van uw toekomstige partner, zeker als het om een Portugese kmo gaat. Als blijkt dat er onvoldoende werkkapitaal voorhanden is, kan uw bedrijf mee verstrikt raken in financiële problemen."

TIP 3 GA ER NIET VAN UIT DAT IEDEREEN ENGELS SPREEKT

"Het Engels is goed ingeburgerd, van het lokale winkeltje om de hoek tot in de vergaderzaal. Toch polst u voor een meeting het best eerst of alle gesprekspartners het Engels beheersen. Is dat niet het geval, zorg dan dat er een tolk aanwezig is. Dat getuigt van hoffelijkheid voor uw partner, en zo scoort u punten."

TIP 4 WEES GEDULDIG

"Zit de eerste meeting erop? Verwacht dan niet dat de samenwerking meteen in kannen en kruiken is. Portugezen zien een vergadering voornamelijk als briefingmoment om alle partijen op de hoogte te brengen. Voor een beslissing zal u rekening moeten houden met de hiërarchie in het bedrijf. Een gesprek met de bedrijfsleider is vaak een must."

"MAAK GEEN OVERHAASTE
BESLISSINGEN VOORDAT
U UW BEDRIJFSPARTNER
DOOR EN DOOR KENT."



TESTIMONIAL BLUEPANDA JO SMETS

Founder en Managing Director

ALS NEARSHORING-BEDRIJF BIEDT BLUEPANDA IT-DIENSTEN AAN EUROPESE BEDRIJVEN: VAN DESIGN, MARKETING AUTOMATION EN CONSULTANCY OVER SOFTWARE DEVELOPMENT TOT EXTERNE TEAMUITBREIDINGEN. MANAGING DIRECTOR JO SMETS RUNT Z'N BEDRIJF VANUIT PORTUGAL.

BLUEPANDA FLOREERT IN HET SILICON VALLEY VAN EUROPA

Het was de liefde die Jo Smets naar Portugal bracht: "Eigenlijk viel ik drie keer in zwijm voor de Portugese charme. Ik werd verliefd op een knappe Portugese dame, daarna op het prachtige land, het mooie weer en het heerlijke eten, en tot slot op de enorme vijver van hoogopgeleide talenten."

IT-PROFIELEN NIET TE VINDEN? WEL BIJ BLUEPANDA

Jo Smets: "Portugal investeert veel in IT en innovatie. In november komt bijvoorbeeld Web Summit, de grootste technologieconferentie ter wereld, voor het zesde jaar op rij naar Lissabon. De stad groeit zowaar uit tot het Silicon Valley van Europa, boordevol universitair geschoolde IT-profielen die – niet onbelangrijk – Engels spreken."

Net het soort medewerkers waarmee Jo een prangend probleem in Europese bedrijven wil oplossen. "Als software-ontwikkelaar bij diverse organisaties onderzocht ik het keer op keer: op korte termijn een IT-project opstarten is quasi onmogelijk. Gekwalificeerde medewerkers zijn dun gezaaid elders in Europa. Bij BluePanda kunnen bedrijven voor elk project, ongeacht de technologie, een flexibele en gemotiveerde IT-specialist inhuren van op afstand. Zo krijgen ze toch de kans om snel te schakelen."

NETWERKEN, JA!

"Sinds de oprichting in 2017 is ons bedrijf organisch gegroeid. Het team heb ik opgebouwd door naar universiteiten te stappen, m'n professionele kennissenkring aan te spreken en veel te netwerken. Blind aanwerven werkt niet als je nog geen naam gemaakt hebt. Ondertussen werken we vanuit drie vestigingen in Lissabon, Braga en Viseu met zo'n zestig collega's: een toffe bende met ervaring in de nieuwste technologieën en zowat elke sector. Onze mensen zijn zonder twijfel onze sterkte."

DICHTBIJ, MAAR TOCH VERSCHILLEND

"Met de collega's op stap na het werk? Daar let je in Portugal beter mee op. Businesspartners – vooral de iets oudere garde – hebben vaak nog een conservatieve kijk op het bedrijfsleven. Een vertrouwensband opbouwen, dat doe je hier meestal niet 'after work'. Die ingebakken conservatievere houding maakt wel dat medewerkers heel loyaal en respectvol zijn. We strooien er wat Vlaams peper en zout over – iets meer progressiviteit, teamspirit, durf en onverbloemde eerlijkheid – en komen zo tot ons succesrecept. We willen binnen één à twee jaar zowel ons aantal medewerkers als onze omzet verdubbelen. En we geloven erin dat het lukt!"

RETAILERS DIE 'TOEVALLIG' DEZELFDE PRODUCTEN IN PROMO HEBBEN STAAN? OF VLIEGENSVLUG PRIJZEN AANPASSEN AAN DIE VAN DE CONCURRENT? DIE ZIJN MOGELIJK KLANT BIJ DALTIX. DE GENTSE DATASPECIALIST LEVERT RETAILERS, MERKEN EN MARKTONDERZOEKERS REAL-TIME INZICHTEN IN PRIJZEN, PROMOTIES EN PRODUCTDATA VOOR DE BENELUX-MARKT. MAAR DE AMBITIE VAN CEO JONAS DEPREZ REIKT VERDER.

PORTUGAL ALS INTERNATIONALE SPRINGPLANK

Na amper een jaar stampte Daltix een kantoor uit de grond in Portugal. "Als je een internationaal bedrijf start, moet je ook vanaf dag één internationaal denken", zegt CEO Jonas Deprez. "Terwijl ik in Gent in ons hoofdkantoor bleef, trokken twee collega's in 2017 naar Lissabon om er onze 'engineering hub' uit te bouwen. Een bewuste keuze: de 'tech & data vibes' zijn er voelbaar op elke straathoek – er woont technologisch talent van overal ter wereld. De helft van onze medewerkers die er nu onze technologie bouwen is Portugees, en de andere helft komt uit het VK, Egypte, Spanje, Brazilië, noem maar op."

LOKALE OFFICEMANAGER IS EEN MUST

"Je hebt wat geduld nodig om in Portugal een kantoor te openen. Vijf mails sturen of drie keer bellen voordat je je boekhouder of advocaat te pakken krijgt? Niet abnormaal. De werkuren liggen ook iets anders: 's ochtends beginnen tussen 9 en 10, een langere middagpauze en 's avonds langer doorwerken. Dat is even wennen in het begin, maar eigen aan het land en de cultuur. Een lokale officemanager die Portugees spreekt, doet wonderen om alles vlot te regelen. Bouw ook zelf relaties op, onderzoek hoe de markt in elkaar zit en wees voldoende aanwezig – belangrijk om zowel werknemers als betrouwbare partners te vinden. FIT kan hier zeker bij helpen, maar ook incubatoren zoals Startup Lisboa."

PORTUGESE RETAIL BIEDT KANSEN

"Nu we sterk staan in de Benelux, verkennen we ook de Portugese retailmarkt. Die lijkt onder druk te staan, omdat er steeds meer over landsgrenzen heen wordt gekeken – vooral aan de leverancierskant. Als het hoofdkantoor bijvoorbeeld gevestigd is in Spanje, dan ligt de beslissingskracht om met ons in zee te gaan vaak niet bij de Portugese tak. Aan de retailerkant liggen er meer kansen. De digitale transformatie begint door te sijpele en ook e-commerce wint terrein; een evolutie die we overal zien terugkomen ten gevolge van de coronacrisis. Kort op de bal spelen is dus de boodschap. We volgen de vijf grootste lokale retailers, verzamelen data en bouwen zo een historiek op. Next steps: een demo-omgeving opzetten voor de Portugese markt en aan marketing doen."

HOGE AMBITIE

"Ook de Franse en Duitse markten zijn interessant voor ons: veel consumenten en winkels betekent hogere retailbudgetten. Maar we leggen ons toekomstperspectief verder. Als Daltix groeit in Portugal, zal het iets makkelijker worden om voet aan wal te zetten in Brazilië, gezien de grote overlap in cultuur, taal en geschiedenis."

TIP

- > **INCUBATOREN ORGANISEREN 'BUSINESS CHALLENGES' VOOR START-UPS. WAAG JE KANS!**

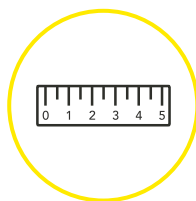
OP DE AGENDA

VIRTUELE CONTACTDAGEN ZUID-EUROPA

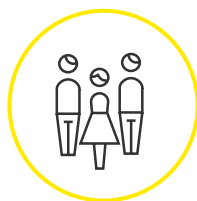
Als Vlaamse ondernemer met internationale plannen kan u tijdens de Virtuele Contactdagen een afspraak maken met Isabel Cró, onze landenexpert in Portugal. Boek uw tijdsblok van 45 minuten tussen 11 oktober en 22 oktober via www.flanderstrade.be.

FACTSHEET PORTUGAL

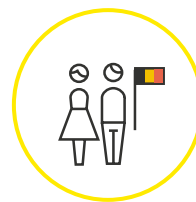
FLANDERSTRADE.BE



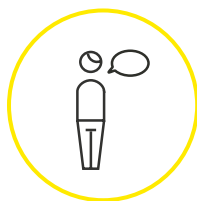
Oppervlakte
92.226 km²



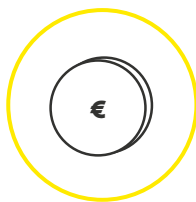
Aantal inwoners
10,3 miljoen (2020)



Aantal Belgen ingeschreven in Lissabon 4.105



Officiële taal
Portugees



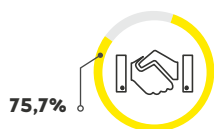
Munteenheid
euro



De Europese Commissie voorspelt een groei van 5,1% voor Portugal in 2022 - veel hoger dan het EU-gemiddelde van 4,5%.

Aandeel economische sectoren in bbp

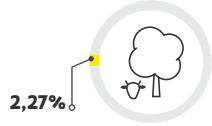
Diensten



Industrie



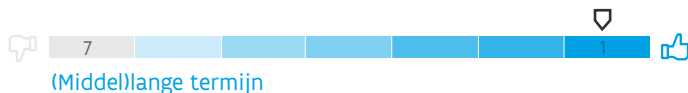
Landbouw



Ease of doing business index



Politiek risico



Commercieel risico (van C tot A)



Top 5 Vlaamse exportproducten naar Portugal € 1,6 miljard (2020)

- 18,7% Automobielen, tractors, (motor)rijwielen en andere landvoertuigen
- 11,8% Kunststof en werken daarvan
- 9,4% Kernreactoren, stoomketels, machines, toestellen en mechanische werktuigen (incl. delen)
- 7,6% Farmaceutische producten
- 4,3% Elektrische machines, apparaten, uitrustingsstukken, alsmede delen daarvan

Top 5 Vlaamse importproducten uit Portugal € 891,4 miljoen (2020)

- 17,1% Automobielen, tractors, (motor)rijwielen en andere landvoertuigen
- 11,1% Minerale brandstoffen, aardolie en distillatieproducten daarvan, bitumineuze stoffen, minerale was
- 8,5% Kunststof en werken daarvan
- 7,7% Elektrische machines, apparaten, uitrustingsstukken, alsmede delen daarvan
- 7,5% Organische chemische producten

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.

E-COMMERCE IN JAPAN

Al vóór de coronacrisis was Japan de op drie na grootste e-commerce markt in de wereld, met een waarde van 115 miljard dollar. Kansen genoeg dus voor Vlaamse firma's om er hun producten en/of diensten gemakkelijk aan te bieden, ware het niet dat die gedomineerd wordt door bij ons grotendeels onbekende webshops. Deze marktstudie geeft u een introductie in de belangrijkste spelers en de stappen die u kan zetten om uw producten via hun platformen te verkopen.

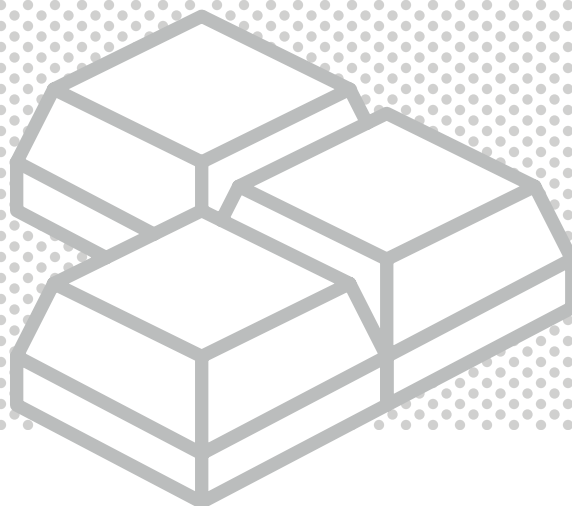
GEGEVENSBESCHERMING IN 'SMART CITY' LISSABON

In een smart city worden informatietechnologie en het internet der dingen (Internet of Things, IoT) gebruikt om de stad te beheren en te besturen, zodat de burgers er comfortabel kunnen wonen, werken en vertoeven. De Portugese hoofdstad wordt beschouwd als een van de koplopers onder de slimme steden van Europa. Deze studie belicht de technologische transformatie van Lissabon en zoomt in op databescherming. Het concept van slimme steden is sterk afhankelijk van enorme hoeveelheden gegevens van burgers, en roept dus vragen op over het gebruik ervan.



DE MARKT VOOR CHOCOLADE EN SNOEP- GOED IN COLOMBIA

Colombia en chocolade worden wel vaker in een adem genoemd. Het land is dan ook de op een na grootste producent van cacao in de wereld, die bovendien van zeer hoge kwaliteit is. Chocolade wordt er ook door een steeds breder publiek geconsumeerd. Dit uitgebreide rapport over de chocolade- en snoepgoedmarkt van ons kantoor in Bogota heeft aandacht voor de belangrijkste importeurs en exporteurs en de wettelijke aspecten waar u rekening mee moet houden.





THE BEER MARKET IN TAIWAN

Taiwan, een van de meest kosmopolitische en welvarende markten van Azië, houdt van bier. In 2020 produceerde het lokaal 341 miljoen liter en importeerde het 214 miljoen liter. Vooral de vraag naar ambachtelijke bieren zit in de lift. Goed nieuws dus voor Vlaamse bedrijven die Azië willen veroveren met onze lokale bieren. In deze marktstudie bundelen we alle essentiële info voor u.

DE IRAANSE MARKT VOOR NIET-ALCOHOLISCHE MOUTDRANKEN

Alcohol produceren of consumeren is verboden in Iran. Frisdranken, sappen en yoghurt dranken zijn er dan weer ontzettend populair, net als niet-alcoholische moutdranken. Maar buitenlandse producenten die deze markt willen aanboren, botsen snel op beperkingen op de invoer van verpakte dranken. De studie legt uit hoe u produceert onder licentie in Iran om duurzaam te kunnen toetreden tot de markt.



AQUACULTURE IN AUSTRALIA

De consumptie van zeevruchten in Australië is de laatste drie decennia aanzienlijk toegenomen. Momenteel is de vraag zelfs zo groot dat de binnenlandse productie niet meer kan volgen. Daarnaast staat de verduurzaming van de visserij hoog op de agenda. Australië plant stevige investeringen in aquacultuur, met een voorspelde jaarlijkse stijging van de omzet van 1,6 tot 2%. Deze studie biedt u een algemeen inzicht in de groot- en detailhandel in zeevruchten en geeft u ook een overzicht van de visverwerkingsindustrie.

Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

Fruitmanden leveren aan bedrijven, dat is in een notendop de corebusiness van **FRUITSNACKS**. De formule slaat aan en dus is het bedrijf uit Nieuwerkerken aan uitbreiding toe. Eerste stap in de internationale veroveringstocht is Duitsland, waar medewerkers in Noordrijn-Westfalen en Rijnland-Palts nu al kunnen genieten van hun gezonde tussendoortjes op kantoor.

////STOP////

VAN GENECHTEN PACKAGING (VGP) in Turnhout is 2 keer bekroond voor zijn plooibare kartonnen verpakkingen op de Pro Carton Awards 2021. VGP kreeg onder andere platinum voor de 'Bonduelle Bundle'-verpakking, die de plastic wikkel overbodig maakt en vervangt door gerecycleerd en recycleerbaar karton. De andere platinum award was voor een verpakking voor een Lets biermerk.

////STOP////

Straffe toeren van brouwerij **DE BRABANDERE** uit Bavikhove: tijdens de jaarlijkse World Beer Challenge in Portugal kregen ze 3 keer goud en 3 keer zilver. Ook brouwerij **VAN STEENBERGE** uit Ertvelde viel in de prijzen: zij sleepten 12 medailles in de wacht op de USA Beer Ratings 2021. Het kersverse Gentse abdijbier **BAVO** – een ode aan de Gentse Sint-Baafsabdij - bewees dan weer tijdens de World Beer Awards dat het geen klein bier is, want het won een zilveren medaille in de categorie 'World's Best Pale Ale blond – Belgian Style'. En we blijven nog even plakken op de World Beer Awards: de Geelse **HUISBROUWERIJ DE VLIET** won er ook 3 prijzen, en **BROUWERIJ BOON** uit Lembeek 5. Hun Boon Oude Geuze VAT 31 werd bovendien bekroond tot de beste geuze ter wereld.

////STOP////

De Turnhoutse start-up **CLASSIFIED CYCLING** is begonnen aan een stevige demarrage in de fietsindustrie. Nadat het eerder Tom Boonen overhaalde om te investeren in hun vernieuwende fietstechnologie, sleepte het jonge bedrijf ook een Gold Award in de wacht op de internationale wielerbeurs Eurobike.

////STOP////

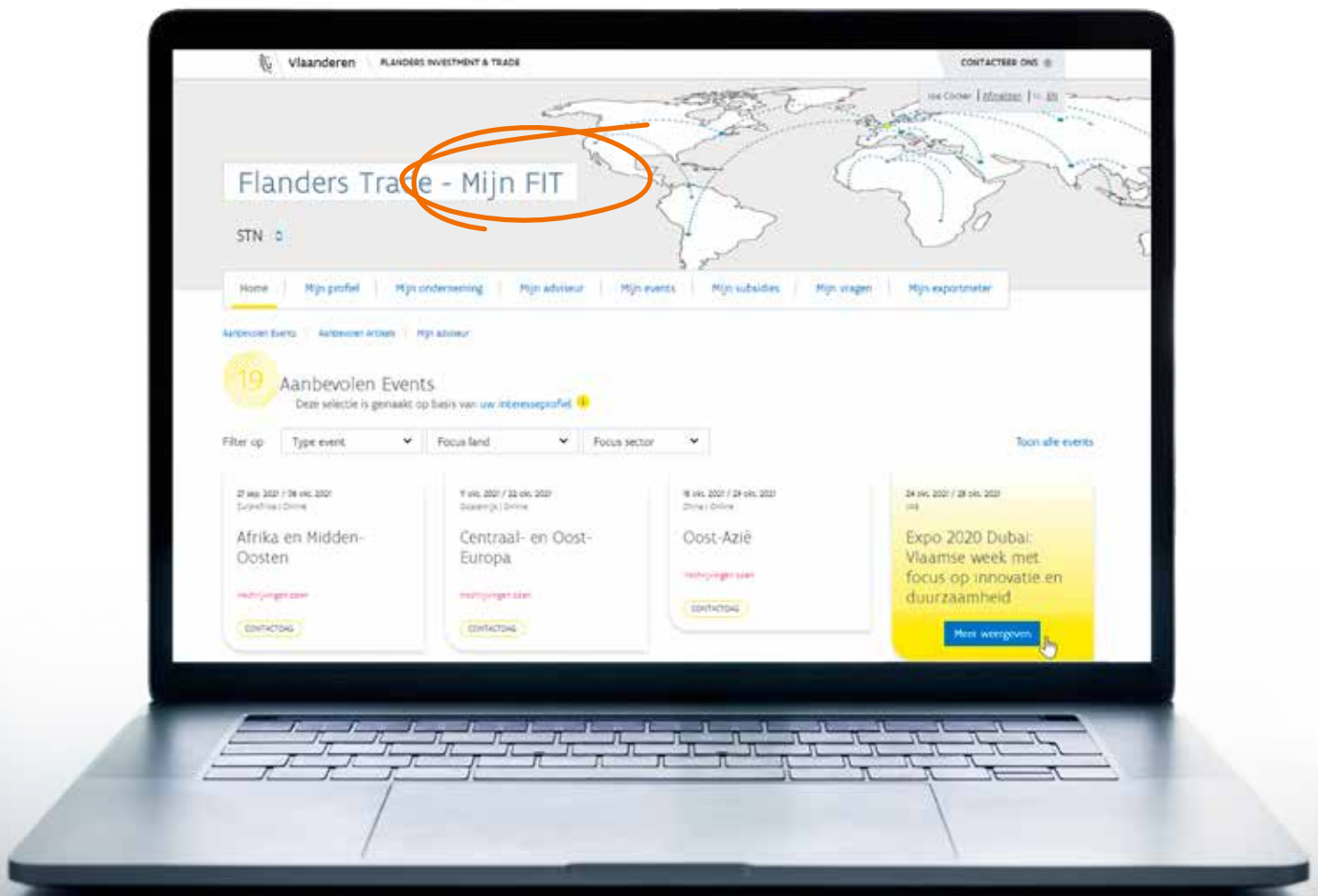
4.600

In Egypte mocht de zonneboot van farao Khufu na 4.600 jaar nog eens varen, met dank aan bouwgroep **BESIX** uit Sint-Lambrechts-Woluwe en kraanbedrijf **SARENS** uit Wolvertem. Het 43 meter lange vaartuig verhuisde in een op maat gemaakte stalen kooi van zijn oude thuis in de buurt van de piramides van Gizeh naar het Groot Egyptisch Museum. De delicate onderneming duurde 3 dagen.

FIT

MIJN FIT, DIGITALE DIENSTVERLENING NOG MEER OP UW MAAT

ONDER HET MOTTO 'ALLES KAN ALTIJD BETER' KREEG ONS VIRTUELE KLANTENPLATFORM MIJN FIT OPNIEUW EEN UPGRADE. MET DE NIEUWSTE DIGITALE SNUFJES EN EEN NIEUWE FRISSE LOOK, NEEM GERUST EEN KIIKJE. HOOG TIJD OM DE BELANGRIJKSTE FUNCTIONALITEITEN NOG EENS IN DE VERF TE ZETTEN EN DE NIEUWIGHEDEN TOE TE LICHTEN.



TUSSENSTAND FIT-CIJFERS 2021



500+

GEBOEKTE (ONLINE) AFSPRAKEN
MET ONZE ADVISEURS



229

HANDELSVOORSTELLEN



50+

STUDIES MET TIPS
OVER BUITENLANDSE MARKTEN



365

NIET TE MISSEN NIEUWSBERICHTEN



8.770

VRAGEN VAN BEDRIJVEN BEANTWOORD

MET EEN KLANTTEVREDENHEID VAN
4,5 STERREN OP 5



WAARVOOR KAN U TERECHT OP MIJN FIT?

EEN PERSOONLIJKE ADVISEUR

Zodra u gratis registreert op Mijn FIT, krijgt u een adviseur Internationaal Ondernemen (AIO) toegewezen. U kan hem of haar makkelijk digitaal bereiken of rechtstreeks online een afspraak boeken via onze afsprakentool.

BRUIKBARE TIPS OP MAAT

Laat ons weten welke sectoren, buitenlandse markten en FIT-diensten u interesseren. Dan krijgt u gepersonaliseerde tips voor events, zakenreizen en marktstudies.

OVERZICHT SUBSIDIEAANVRAGEN

Uw bedrijf kan jaarlijks tot vier subsidies van FIT ontvangen. Vroeg u er al aan in het verleden of zijn er nu aanvragen lopende? In deze module vindt u het overzicht, inclusief de toekenningen.

VEELGESTELDE VRAGEN

Hebben u of uw collega's vragen over buitenlandse markten, handelsreglementering of exportkansen? Bent u op zoek naar bepaalde statistieken over export of import? Via Mijn FIT stelt u uw vraag in alle vertrouwen aan onze experts. De antwoorden komen daarna in een archief dat u altijd kan raadplegen.

INSCHRIJVINGEN VOOR EVENTS

Via Mijn Events kan u uw deelname aan toekomstige events, beurzen en zakenreizen bevestigen en vindt u een overzicht van alles waar u en uw collega's voor ingeschreven zijn.

NIEUW!

ZET UW BEDRIJF IN DE KIJKER

Op Mijn FIT krijgt u nu de mogelijkheid om uw bedrijf uitgebreid voor te stellen op ons eventplatform. Uw veelzeggende productfoto's, een mooie bedrijfsfilm, uw belangrijkste troeven: het kan allemaal. Met slechts een klik op de knop ontdekken buitenlandse inkopers en potentiële zakenpartners meteen alles wat ze moeten weten over uw bedrijf.

EXPORTMETER

De EXPORTmeter is onze audittool die het exportpotentieel van uw bedrijf in kaart brengt. Onmisbaar als u wil weten of uw bedrijf wel klaar is voor een internationaal avontuur. Het vertrouwelijke rapport vindt u daarna op Mijn FIT.

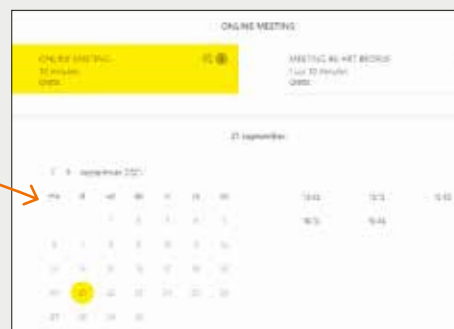
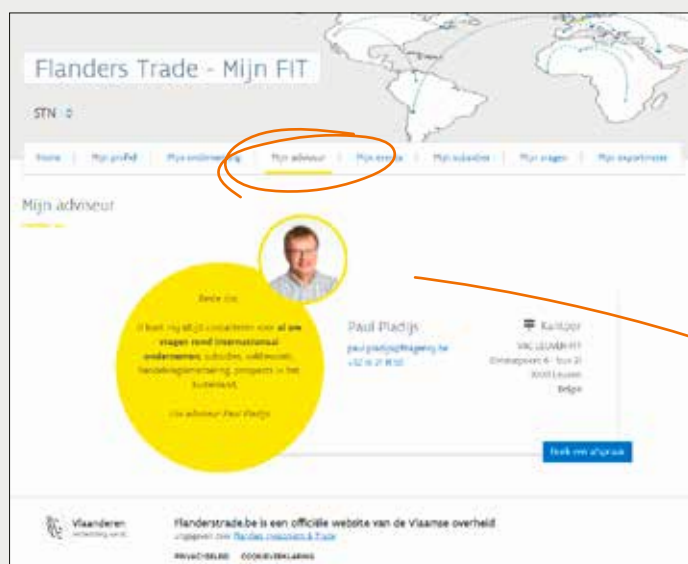


MIJN FIT IN EEN NOTENDOP

In twee minuten gidst Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationaal Ondernemen bij FIT en medebezieler van het online platform, u door de belangrijkste functionaliteiten en vernieuwingen.



SCAN DE QR-CODE EN BEKIJK DE VIDEO



MAAK IN EEN-TWEE-DRIE EEN AFSpraak MET UW ADVISEUR

U wil graag een afspraak maken met uw adviseur Internationaal Ondernemen (AIO)? Met onze afspraken tool kiest u het moment dat u het best uitkomt en tegelijkertijd ook past in de agenda van uw adviseur. Dat scheelt een hoop heen en weer mailen.

HOE?

Log in via Mijn FIT, klik op 'Boek een afspraak' en de rest gaat vanzelf. Of surf naar de contactpagina op www.flanderstrade.be, kies 'Kantoren in Vlaanderen' en geef uw postcode in. Meteen ontdekt u wie uw AIO zou worden en is de afspraken tool zichtbaar.

HAAL HET MAXIMUM UIT MIJN FIT

Vervolledig uw profiel op myfit.flanderstrade.be en profiteer van alle gepersonaliseerde voordelen.

ENTERPRISE EUROPE NETWORK

EUROPEES MARKTTOEZICHT 2.0

HOE NIEUW RECHTS- KADER EUROPESE MARKT BESCHERMT

MAAR LIEFST DRIEKWART. DAT IS HET AANDEEL VAN GOEDEREN IN DE HANDEL BINNEN DE EU VOLGENS DE RECENTSTE CIJFERS VAN DE EUROPESE RAAD. NOG STRAFFER, ZOWAT 1 BILJOEN EURO AAN CONSUMENTENPRODUCTEN DOORKRUIST JAARLIJKS DE INTERNE MARKT. VERMIJDEN DAT DAAR ONVEILIGE EXEMPLAREN TUSSEN ZITTEN, IS EEN HUZARENSTUK. DAAROM VERSCHERPTE DE EU DE REGELS VOOR MARKTTOEZICHT EN PRODUCTVEILIGHEID MET EEN NIEUW RECHTSKADER. DAT IS SINDS 16 JULI 2021 VOLLEDIG VAN TOEPASSING. WANT GOEIE AFSPRAKEN MAKEN GOEIE VRIENDEN.



Dat markttoezicht een heet hangijzer is, blijkt uit de cijfers. Volgens het recentste verslag van de Europese Commissie over haar 'Rapid Alert System', signaleerden Europese autoriteiten 2.243 onveilige producten in 2019. Een stijging van 10% tegenover het jaar daarvoor en een toename van liefst 63% sinds 2015. Hoe de nieuwe regels voor markttoezicht de Europese autoriteiten nóg alerter maken? Dat licht **Lutgart Spaepen**, consortiumleider bij Enterprise Europe Network Vlaanderen, toe.

GOED VOOR CONSUMENTEN ÉN BEDRIJVEN

Waarom is markttoezicht ook voor de Vlaamse bedrijfs-wereld van cruciaal belang?

Lutgart Spaepen: "Markttoezicht beschermt niet alleen consumenten en werknemers tegen onveilige producten, het vrijwaart ook bedrijven van oneerlijke concurrentie. Stel, je concurrent probeert zijn prijzen te drukken door te besparen op veiligheid of door de regels voor volksgezondheid aan zijn laars te lappen. Daar steekt het rechtskader voor markttoezicht een stokje voor.

Hetzelfde geldt voor onveilige of niet-conforme producten die via webshops van buiten de EU hun weg naar de interne markt zouden kunnen vinden. Door het wettelijke kader voor markttoezicht daadkrachtig uit te voeren en te handhaven, binden de Europese autoriteiten ook de strijd aan tegen die vorm van oneerlijke concurrentie."

FIJNMAZIGER SPEELVELD

Wat brengen de nieuwe regels concreet teweeg?

Lutgart Spaepen: "De nieuwe regels definiëren het speelveld nog preciezer. Ze geven onder meer de bevoegdheden van de markttoezichtsautoriteiten beter aan. Zo kunnen zij op hun beurt gerichte inspecties uitvoeren en undercover producten aankopen.

Maar daar blijft het niet bij. Het nieuwe rechtskader heeft eveneens aandacht voor de uitdagingen die bij e-commerce en de almaar complexere toeleveringsketens komen kijken. Zo gelden er bij bepaalde productcategorieën specifieke vereisten voor wie de goederen op de EU-markt mag brengen. De belangrijkste voorwaarde: de marktdeelnemer moet in de EU vertegenwoordigd zijn én als directe gesprekspartner kunnen optreden voor de autoriteiten.

Verder draagt de regelgeving bij tot een sterkere samenwerking tussen de verschillende handavingsinstanties die bij markttoezicht betrokken zijn. Vooral dan de douaneautoriteiten. Daarbij is het streefdoel onder andere een doeltreffendere controle van producten die van over de EU-grenzen de markt binnenkomen."

BREDE SCOPE

Op welk soort producten is de nieuwe regelgeving van toepassing?

Lutgart Spaepen: "Het gaat om een breed spectrum aan producten die onder de EU-wetgeving vallen. Denk aan speelgoed en elektronica, maar evengoed aan auto's en andere gemotoriseerde voertuigen, apparatuur enzovoort. Het scala aan productcategorieën is groot omdat ook de ambitie van de EU-verordening dat is: zorgen dat producten die in de EU worden verhandeld, voldoen aan alle relevante wetgevingen, veiligheidsvoorschriften en gezondheidsvereisten. En daar varen we op het einde van de rit allemaal beter bij."

TIP

➤ CHECK DE PRODUCTREGELS DIE RELEVANT ZIJN VOOR UW BEDRIJF VIA DE OFFICIËLE INFORMATIEBRONNEN!

Meer details zijn beschikbaar via:

- het portaal 'Your Europe'
<https://bit.ly/2Y78D3K>
- de Contactpunten voor producten
<https://bit.ly/39UgB2J>
- de specifieke Richtsnoeren voor het bedrijfsleven van de Europese Commissie
<https://bit.ly/3urUcTZ>

MEER WETEN OVER DE NIEUWE REGELS VOOR MARKTTOEZICHT?

Aarzel niet om contact op te nemen met Lutgart Spaepen van Enterprise Europe Network Vlaanderen. Dat kan 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-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.

UITGELICHT

VIRTUELE CONTACTDAGEN

Onze FIT-landenexperten vormen het ideale klankbord om uw exportplannen en -opportuniteiten te bespreken. Omdat de Exportbeurs (21, 22 en 23 juni 2022) nog relatief veraf is, organiseren we de Virtuele Contactdagen. Tussen **27 september en 10 december 2021** vinden de online afspraken plaats.

PRAKTISCH

Per landenexpert reserveren we twintig tijdsblokken van 45 minuten gespreid over twee werkweken. Surf naar www.flanderstrade.be en boek via **Mijn FIT > Bookings** uw afspraak of afspraken.

● ZUIDOOST-AZIË & OCEANIË

Doelmarkt: Australië, India, Indonesië, Myanmar, Singapore, Thailand, Vietnam
Wanneer: 4 oktober tot 15 oktober 2021

● ZUID-EUROPA

Doelmarkt: Frankrijk, Griekenland, Israël, Portugal, Spanje, Turkije, Zwitserland
Wanneer: 11 oktober tot 3 december 2021

● CENTRAAL- EN OOST-EUROPA

Doelmarkt: Bulgarije, Hongarije, Oostenrijk, Polen, Roemenië, Rusland, Tsjechië
Wanneer: 11 oktober tot 22 oktober 2021

● OOST-AZIË

Doelmarkt: China, Hongkong, Japan, Taiwan, Zuid-Korea
Wanneer: 18 oktober tot 29 oktober 2021

● NOORD-EUROPA

Doelmarkt: Denemarken, Duitsland, Finland, Ierland, Litouwen, Nederland, Noorwegen, VK, Zweden
Wanneer: 8 november tot 19 november 2021

● AMERIKA

Doelmarkt: Argentinië, Brazilië, Canada, Chili, Mexico, Peru, VS
Wanneer: 29 november tot 10 december 2021



KALENDER

SEMINARIE

● INTERNATIONALISATION CRASH COURSE FOR BELGIAN SME'S

14 oktober 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 11 oktober 2021 op

www.flanderstrade.be

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

INSCHRIJVEN?

www.flanderstrade.be

BEURS

● SLUSH - HELSINKI

1 en 2 december 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 31 oktober 2021 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Anke Vanderstappen op +32 2 504 88 24 of anke.vanderstappen@fitagency.be

● ARAB HEALTH - DUBAI

24 tot en met 27 januari 2022

INSCHRIJVEN? Tot en met 29 oktober 2021 op

www.flanderstrade.be

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

● FOODEX JAPAN - TOKIO

8 tot en met 11 maart 2022

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 oktober 2021 op

www.flanderstrade.be

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

GROEPSZAKENREIS

● KAZACHSTAN EN OEZBEKISTAN

21 tot en met 27 november 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 oktober 2021 op

www.flanderstrade.be

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

● GHANA

5 tot en met 8 december 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 21 oktober 2021 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Steve Mattens op +32 2 504 87 65 of steve.mattens@fitagency.be

● FREE FROM FUNCTIONAL FOOD EXPO NEDERLAND

22 tot en met 24 november 2021

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 oktober 2021 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Anke Vanderstappen op +32 2 504 88 24 of anke.vanderstappen@fitagency.be

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

VRAGEN OVER INTERNATIONAAL ONDERNEMEN?



Vlaanderen

is internationaal
ondernemen

INTERNATIONALE PLANNEN VOOR UW ONDERNEMING ?

Bestel dan het boekje
**'101 veelgestelde vragen
over internationaal ondernemen'**.
De inhoud is to-the-point en handig
voor elk bedrijf dat zich vragen stelt
over exporteren en ondernemen
in het buitenland.

U kan het gratis bestellen op
www.flanderstrade.be

**101 VEELGESTELDE VRAGEN
OVER INTERNATIONAAL ONDERNEMEN**
Leidraad voor Internationaal Ondernemen
Flanders Investment & Trade

> DE BESTSELLER
TO SELL BETTER
IN HET BUITENLAND