

# WERELDWIJS

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

156

10\ 2022



**DE LEEUW VAN  
DE EXPORT 2022**

MAAK KENNIS  
MET WINNAARS

**TWIPE MOBILE  
SOLUTIONS EN  
KIPCO-DAMACO**

**MEXICO**  
KLAAR VOOR  
BUSINESS  
MET EUROPA

# EDITO

“INDRUKWEKKEND HOE GROOT IN HUN NICHE VLAAMSE SPELERS ZIJN”

Durf. Doorzettingsvermogen. Vindingrijkheid. Wat hebben deze woorden met elkaar gemeen? Behalve dat het de ideale kenmerken zijn van ondernemers die het ver willen schoppen, vielen ze de voorbije weken meer dan eens om de genomineerden voor onze Leeuw van de Export 2022 te beschrijven.

En terecht! Want de 21e editie van dé exportwedstrijd van Vlaanderen was opnieuw goed voor een resem topverhalen uit onze ambitieuze bedrijfswereld. Maar van de zes ijzersterke kanshebbers konden er maar twee de winnaars zijn. Zo kende de jury de overwinning toe aan Twipe Mobile Solutions in de categorie 'Bedrijven met max. 49 medewerkers'. En bij de 'Bedrijven met 50 of meer medewerkers' ging Kipco-Damaco met de award aan de haal.

Wat precies de doorslag gaf, ontdekt u verder in deze Wereldwijs. Uitstekende exportresultaten en slimme keuzes kunnen ze immers allemaal voorleggen. Sowieso blinken onze nieuwe Leeuwen van de Export ook uit in hun verscheidenheid. Twipe Mobile Solutions is met zijn digitale technologie kind aan huis bij internationale nieuwsmerken als Le Monde, The Daily Mail en The Times. Kipco-Damaco produceert kippenseparatorvlees en verwerkt reststromen.

Hoe specifiek en gespecialiseerd de niche, hoe sterker Vlaamse spelers uit de hoek durven te komen: het is wederom glashelder. Maar ook dat exporterend Vlaanderen weer twee fantastische ambassadeurs rijker is, staat buiten kijf.

Joy Donné  
CEO  
Flanders Investment & Trade



## COLOFON

WERELDWIJS IS EEN UITGAVE VAN

### FLANDERS INVESTMENT & TRADE

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

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

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

10\2022 **156**

### VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Joy Donné  
Koning Albert II-laan 37  
1030 Brussel

### REDACTIE

Flanders Investment & Trade,  
bijgestaan door com&co,  
bureau voor contentcreatie en -strategie.

### FOTO'S

Bart Dewaele, Jeroen Willems, Lieven Van Assche,  
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](mailto:wereldwijs@fitagency.be)  
met uw adresgegevens.



4



IN GESPREK MET DE NIEUWE LEEUWEN

## 4 SPECIAL

DE LEEUW VAN  
DE EXPORT 2022

## 16 DOSSIER

MEXICO  
KLAAR VOOR BUSINESS MET EUROPA

24 MARKTINFO

25 TELEX

26 LEZERSONDERZOEK

28 STARTERSPAKKET  
INTERNATIONALISERING

31 ENTERPRISE EUROPE NETWORK

34 KALENDER

INHOUD





# MAAK KENNIS MET DE LEEUVEN VAN DE EXPORT 2022

OP WOENSDAG 14 SEPTEMBER ZETTE FIT EXPORTEREND VLAANDEREN VOOR DE 21e KEER OP RIJ IN DE PICTURE TIJDENS DE LEEUVAN DE EXPORT. VANUIT DE LEUVENSE BRABANTHAL LIET PRESENTATRICE HANNE DECOUTERE EEN VOLLE ZAAL UITVOERIG KENNISMAKEN MET DE 6 KANSHEBBERS, DIE ONDER LUID GEJUICH VAN HUN SUPPORTERS DE COMPETITIE AANGINGEN. UITEINDELIJK MOCHTEN KIPCO-DAMACO EN TWIPE MOBILE SOLUTIONS DE BEKER MEE NAAR HUIS NEMEN. WIE ZE ZIJN? WAT ZE DOEN? EN HOE ZE DE OVERWINNING HEBBEN BELEEFD? U LEEST HET HIER.

IN DE CATEGORIE 'BEDRIJVEN MET MAX. 49 MEDEWERKERS'

# TWIPE MOBILE SOLUTIONS

## KIND AAN HUIS BIJ INTERNATIONALE NIEUWSMERKEN

HET KLINT SURREALISTISCH: RONKENDE INTERNATIONALE NIEUWSMERKEN ALS THE TELEGRAPH, LE MONDE EN THE TIMES VERTROUWEN VOOR HUN DIGITALE AANBOD OP EEN JONGE TECHSPELER UIT HEVERLEE. DAT INDRUKWEKKENDE PARCOURS LEVERDE TWIPE MOBILE SOLUTIONS ENKELE MAANDEN GELEDEN EEN NOMINATIE OP VOOR DE LEEUW VAN DE EXPORT. IN DE LEUVENSE BRABANTHAL SPEELDEN ZE EEN THUISMATCH. EN WAT VOOR EEN: ZE PAKTEN DE PRESTIGIEUZE EXPORTAWARD MEE NAAR HUIS. EEN EUFORISCHE CEO DANNY LEIN OP HET PODIUM: "ER ZITTEN ZOVEEL LEEUWEN VAN DE EXPORT IN ONS TEAM!"

"Verwondering en ongeloof", zo vat CEO Danny Lein zijn emoties samen toen zijn bedrijf als nieuwe Leeuw van de Export uit de envelop kwam. "Met Belkorn en XenomatiX hadden we immers twee geduchte concurrenten in de categorie 'Bedrijven met max. 49 medewerkers'."

"Deze award is hoe dan ook de allermooiste erkenning voor het harde werk van de voorbije tien jaar", benadrukt hij. "Want echt waar, er zitten zoveel Leeuwen van de Export in ons team! Verder hopen we als ambassadeur van de Vlaamse export veel andere technologiestart-ups te kunnen inspireren om hun vleugels verder uit te slaan."

### STERKE TANDEM MET CORELIO

Die start-upfase ligt voor Twipe Mobile Solutions nog niet eens zo lang achter de rug. Het bedrijf zag het licht in 2011 in nauwe samenwerking met Corelio, de uitgever van De Standaard en Het Nieuwsblad. Danny Lein: "Samen met hen ontwikkelden we een gebruiksvriendelijk cloudplatform om nieuwscontent te publiceren op mobiele devices en het leesgedrag te monitoren."

"Bedoeling was om op termijn ook andere uitgevers erop in te pluggen", vervolgt hij. "Wat ook vrij snel gebeurde.

Eerst hapten Het Belang van Limburg en Gazet van Antwerpen toe. Ook onze noorderburen toonden interesse: de redactie van NRC Handelsblad beet de spits af, met De Telegraafdochter HMC en Media Groep Limburg in haar kielzog. Binnen ons Software-as-a-Service-model (SaaS) betalen klanten een fee voor de softwarelicentie, hosting en 24/7 service."

### GEEN NIEUWS OP DE BLACKBERRY

**Joy Donné:** "Hoe is het idee voor Twipe Mobile Solutions eigenlijk ontstaan?"

**Danny Lein:** "Als kind droomde ik van een job als journalist. Het zijn uiteindelijk ingenieursstudies geworden, maar een fervente krantenlezer ben ik altijd gebleven. Met de incubator waar ik van 1999 tot 2011 mee de schouders onder zette, organiseerden we op een gegeven moment het seminarie 'Web goes mobile'. Na afloop vertrouwde een deelnemer van een grote krantenuitgever me toe: 'Wij zitten met een groot probleem. Onze CEO kan de website van de krant

niet lezen op zijn BlackBerry.'

De vraag bleef door ons hoofd spoken. Niet alleen stelde ze ons voor een bijzondere technologische uitdaging, ze zette ons ook aan het nadenken over de toekomst. Want toen de

"DE COMBI VAN TECHNOLOGIE EN THOUGHT-LEADERSHIP BLEEK DE SLEUTEL TOT INTERNATIONAAL SUCCES."

LEEUVAN DE EXPORT 2022

## ID

### Twipe Mobile Solutions in feiten en cijfers (2021)

- **Locatie:** Heverlee
- **Aantal medewerkers:** 28 voltijdequivalenten (België)
- **Omzet (2021):** € 4.307.149
- **Exportaandeel in de omzet (2021):** 92%
- **Aandeel niet-EU-landen in de export:** 9%
- **www.twipemobile.com**



iPhone de wereld begon te veroveren en enkele jaren later ook de iPad aan het publiek werd voorgesteld, kwam de digitalisering van nieuws in een stroomversnelling.”

## VEEL ANIMO IN FRANKRIJK

**Joy Donné:** “Het cocreatieproject met Corelio betekende het startschot voor Twipe Mobile Solutions. Jullie oogstten er meteen succes mee in de Lage Landen. Hoe ging het daarna verder?”

**Danny Lein:** “Ongeveer een jaar later stapten we met Corelio opnieuw in een innovatietraject. Samen met De Standaard brachten we DS Avond uit, de allereerste avondeditie van een krant zonder papieren moedertitel. De avondeditie sloeg aan, een opsteeker.

“MET 22 INGENIEURS HEB JE NATUURLIJK NIET DE SUPER-POWER VAN EEN TECHGIGANT.”

Voor ons opende DS Avond ook de deur naar Frankrijk, wat vandaag onze grootste afzetmarkt is. Tijdens een van onze prospectierondes kwamen we bij Ouest-France terecht, de grootste Franse krantenuitgever. Zij waren zo gecharmeerd

door onze trajecten met Corelio, dat ze prompt ook met ons in zee wilden voor een eigen digital only avondeditie. Met meer dan tien miljoen maandelijkse lezers is l’Edition du Soir vandaag een van de meest gelezen digitale kranten van Europa. In de volgende jaren konden we nog vier andere grote Franse krantengroepen toevoegen aan onze referentielijst, met als klap op de vuurpijl Le Monde in 2017.”

“IK GELOOF STERK IN DE MEERWAARDE VAN METAVERSE VOOR DE NIEUWSINDUSTRIE.”

## AMERIKAANSE DROOM WAARMAKEN

**Joy Donné:** “Ruim 90% van jullie omzet komt uit het buitenland. Waar zijn jullie vandaag nog allemaal actief, behalve in onze buurlanden?”

**Danny Lein:** “We hebben klanten in het VK, Scandinavië, Zwitserland en een aantal Zuid-Europese markten, alles samen goed voor ruim 80 krantentitels. Nu is de tijd rijp om onze Amerikaanse droom waar te maken. Begin 2020 trokken we er al eens op roadshow. We versierden afspraken bij 13 krantenuitgevers, waaronder The New York Times.

Maar net na onze prospectiereis ging de wereld in lockdown en moesten we onze plannen noodgedwongen opbergen. Uit de roadshow rolde wel een mooie deal met Advance Local voor 24 regionale titels. Het kriebelt om terug te gaan naar de VS en onze kans te wagen bij pakweg LA Times of Seattle Times.”

## GELOOFWAARDIGHEID CREËREN

**Joy Donné: “Wat ik me daarbij afvraag: hoe haal je al die grote internationale mediahuizen over de streep om voor een kleine techstart-up uit Heverlee te kiezen?”**

**Danny Lein:** “In de eerste plaats met onze sterke technologie. Die koppelt een uitstekende gebruikerservaring voor de lezer aan inzichten in leesgedrag voor de redactie. Dat maakt ons platform uniek in de markt.

Daarbovenop profileren we ons al sinds de beginjaren als thought leader binnen onze niche. We zetten wetenschappelijke onderzoekstrajecten op en delen de inzichten via publicaties, webinars, vakcongressen en onze eigen jaarlijkse Digital Growth Summit.

De nieuwsindustrie is in volle transformatie, wij bieden gefundeerde inzichten en een visie op de toekomst van nieuws en journalistiek. Zo komen we op het hoogste niveau binnen in die mediaorganisaties en creëren we geloofwaardigheid. De combi van technologie en thoughtleadership bleek voor ons de sleutel tot internationaal succes.”

“TECHREUZEN ALS GOOGLE EN APPLE EISEN EEN STEEDS GROTER DEEL OP VAN DE NIEUWSKOEK.”

## CYBERAANVAL ALS WAKE-UPCALL

**Joy Donné: “Twipe Mobile Solutions lijkt de successen inderdaad aan elkaar te rijgen. Toch vertelde u tijdens de awardshow dat het een verhaal is van vallen, opstaan en weer doorgaan. Welke obstakels lagen er al op de weg?”**

**Danny Lein:** “Allereerst heb je als klein team vele bordjes tegelijk in de lucht te houden: bijbenen met de nieuwste technologische ontwikkelingen en trends binnen je sector, je platform doorontwikkelen en voldoende robuust maken voor oplopende lezersaantallen, klant- en marktdiversificatie ... Mediabedrijven kiezen ons voor onze wendbaarheid en innovatiekracht, maar met 22 ingenieurs heb je natuurlijk niet de superpower van een techgigant. De cyberaanval op ons cloud-platform in 2015, bijvoorbeeld, was een echte wake-upcall. Alle titels bleven noodgedwongen twee dagen offline, terwijl wij raceten tegen de klok om de onderliggende systemen en processen aan te passen.

Maar ook op innovatievlak sloegen we de bal al eens mis. Zo kwam ons doe-het-zelfplatform voor bloggers en kleine

uitgevers nooit van de grond. We leerden eruit om te focussen op onze corebusiness: digitalisering van papieren kranten.”

## NIEUWS OP MAAT MET JAMES

**Joy Donné: “Hoe halen jullie als klein team het maximum uit die innovatiekracht?”**

**Danny Lein:** “We blijven verderbouwen aan ons platform en met nieuwigheden op de proppen komen, vaak in cocreatie met onze klanten. Zo hebben we een sterk partnership met Ouest-France. We werken heel nauw samen en ervaren daarbij dezelfde spirit als in de beginjaren met Corelio.

Samen met The Times ontwikkelden we dan weer JAMES, onze digitale butler die met behulp van artificiële intelligentie en machinelearning gepersonaliseerde leeslijsten samenstelt voor abonnees. We kregen er een innovatiesubsidie voor van Google en het project katapulteerde ons in een jaar tijd naar een hoger niveau. Andere Britse krantentitels dienden zich aan en ook de weg naar de Scandinavische landen opende zich.”

## BEDREIGING VOOR DE JOURNALISTIEK

**Joy Donné: “Tegen welke concurrenten boksen jullie op met het Twipe-platform?”**

**Danny Lein:** “In het VK en Denemarken zijn er aanbieders van vergelijkbare platformen en af en toe komt een Zweeds-Zwitserse speler als kaper op de kust. Daarnaast ondervinden we concurrentie van interne ontwikkelteams. Bij The New York Times, bijvoorbeeld, zit een ploeg van liefst 1.000 ingenieurs. Tot slot eisen techreuzen als Google en Apple een steeds groter deel op van de nieuwskoek. Voor 30% van de Amerikaanse lezers is Apple vandaag al hun eerste toegangspoort tot nieuws. Dat is een serieuze bedreiging voor de journalistiek. Terwijl bronnen checken, fake van echt nieuws onderscheiden en het nieuwsaanbod selecteren de taak is van een journalist, niet van een technologiespeler.

Journalisten ondersteunen met performante tools, is dan ook onze bedrijfsmissie. En technologie inzetten om een band op te bouwen met de lezers, zodat ze bewust blijven kiezen voor dat betrouwbare journalistieke nieuwsaanbod.”

## NIEUWSMEDIA IN METAVERSE

**Joy Donné: “Enerzijds komen techgiganten op het terrein van de journalistiek, anderzijds vervagen de grenzen tussen de verschillende nieuwskanalen. Hoe zien jullie de toekomst van de digitale krant?”**

**Danny Lein:** “Onderzoek wijst uit dat een grote groep van nieuwslezers vragende partij is voor een dagelijkse nieuwsselectie, eventueel op maat geknipt. Welke gedaante dat digitale nieuwsaanbod in de toekomst zal aannemen, dat is koffiedik kijken, maar het concept van een digitale krant blijkt een blijver. Daarnaast geloof ik sterk in de meerwaarde van metaverse voor de nieuwsindustrie. Het is nog toekomstmuziek, maar stel je voor dat je in een virtuele wereld met andere lezers aan tafel kan schuiven om te discussiëren over artikels. Of dat je de dialoog kan aangaan met de journalist in kwestie. Het nieuwsaanbod als gespreksstarter in een virtuele wereld, zo zie ik de toekomst van de journalistiek.”





IN DE CATEGORIE 'BEDRIJVEN MET 50 OF MEER MEDEWERKERS'

# KIPCO-DAMACO

## WERELDSPELER BROEDT OP DE TOEKOMST

NIET ALLEEN IN DE WERELD VAN KIPPENSEPARATORVLEES IS KIPCO-DAMACO HAANTJE DE VOORSTE. OOK OP DE LEEUW VAN DE EXPORT 2022 KRAAIDE HET FAMILIEBEDRIJF UIT OOSTROZEBEKE VICTORIE. IN DE CATEGORIE 'BEDRIJVEN MET 50 OF MEER MEDEWERKERS' GAVEN DE WEST-VLAMINGEN TWEE GEDUCHTE CONCURRENTEN HET NAKIJKEN: DE AUTOMATISERINGSSPECIALIST BOGAERTS GREENHOUSE LOGISTICS UIT HOOGSTRATEN EN DE WIJNEGEMSE PRODUCENT VAN ZACHTE GELATINECAPSULES LAMBO LABORATORIA.

"We zijn aangenaam verrast door de vele reacties en felicitaties die blijven binnenstromen", klinkt het daags na de overwinning bij Kipco-Damaco. Tussen de bezige drukte van tv-ploegen en journalisten door, sprak FIT-CEO **Joy Donné** met **Iris Vandaele**, mede-eigenares en commercial & marketing director bij het Oostrozebeekse bedrijf, en CEO **Paul Larmuseau**. "Dat we zouden winnen, hadden we niet verwacht. Al gingen we er wel helemaal voor!"

Hoe de West-Vlamingen de jury dan wisten te overtuigen? Paul Larmuseau: "De andere genomineerden in onze categorie waren allebei sterke technologiespelers, terwijl wij in het ietwat traditioneler domein van voedingsproductie actief zijn. Dat deed ons – blijkbaar onterecht – twijfelen aan onze kansen. Onze exportaanpak moet dus het verschil hebben gemaakt. Je vindt ons aanbod in alle uithoeken van de wereld, maar tegelijk gaan we heel lokaal en persoonlijk te werk. Medewerkers, klanten en zakenpartners, waar ook ter wereld, behoren allemaal tot onze familie. Dat gevoel proberen we actief te stimuleren."

### HARTVERWARMENDE RESPONS

**Joy Donné:** "De sfeer zat er goed in toen jullie als winnaar werden uitgeroepen. Over een gedreven achterban in de zaal gesproken! Hoe zijn de reacties verder binnen het bedrijf?"

**Iris Vandaele:** "Uitermate positief. We hebben het nieuws meteen ook gedeeld met onze buitenlandse kantoren via de interne WhatsApp-groep. Daar kregen we tal van hartverwarmende reacties. Druppelsgewijs weliswaar, want onze mensen werken in zoveel verschillende tijdzones dat het even duurt vooraleer het nieuws de wereld is rondgegaan. Maar ook hier

in West-Vlaanderen is het enthousiasme groot. En terecht: dit is immers een pluim voor de gedeelde inspanningen van onze voltallige ploeg.

Ook in de aanloop naar de prijsuitreiking leefde onze deelname aan de Leeuw van de Export sterk binnen de bedrijfsmuren. We hebben zelfs een persoonlijke mascotte gemaakt: overal zag je hier pluchen leeuwjes. Verder communiceerden we uitvoerig over onze nominatie via sociale media. Daarbij bouwden we de voorbije weken op naar een climax en die mochten we dan ook nog eens verzilveren!"

**Paul Larmuseau:** "Op dat elan willen we trouwens verdergaan. De Leeuw van de Export zal vanaf nu samen met ons de wereld rondreizen. Zo'n publieke erkenning voor ons bedrijf is goud waard op internationale beurzen, businessstrips en events. Ook in onze communicatie met klanten en prospects wordt het een vaste waarde.

Daarnaast zien we de award evenzeer als een belangrijke tool in de 'war for talent' die ook in onze sector de plak zwaait. Wie op zoek is naar een job of een nieuwe uitdaging, richt zijn of haar pijlen vooral op bedrijven met veel dynamiek en gedrevenheid. Dat Kipco-Damaco tot die categorie behoort, zet de Leeuw van de Export nog eens extra in de verf."

### DURVEN, DOEN EN DOORGAAN

**Joy Donné:** "Tijdens de prijsuitreiking vielen de woorden 'West-Vlaamse koppigheid' meerdere keren om Kipco-Damaco te beschrijven. Op een positieve manier weliswaar. Kunnen jullie zich daarin vinden?"

**Iris Vandaele:** "Absoluut. Bij Kipco-Damaco zijn we een team van volharders. Wereldwijd groeien gaat niet over één nacht ijs. Het is een verhaal van vallen en opstaan, maar ook van

gestaag nieuwe kansen spotten en aanboren. Vanaf het prille begin in 1964 – toen Kipco nog een kippenslachterij was – zochten onze ouders continu naar manieren om de kwaliteit te verhogen en tegelijk het werk lichter en het klantencontact nog aangenamer te maken. Die tendens zetten mijn broer Bruno en ik, samen met de hele ploeg, tot op vandaag verder. Met een focus op automatisering en een gezonde portie interesse in andere culturen en diversiteit.

Onze 'West-Vlaamse koppigheid' bracht ons in 1982 bij het mechanisch ontbenen en verwijderen van restvlees op grondstoffen als kippenkarkassen en kippendelen. Een proces om nevenstromen van de vleesproductie te recupereren en er half-fabricaten van te maken voor de productie van onder meer nuggets, frikandellen en kookworsten. Zo ontstond Damaco, dat in 1999 fuseerde met Kipco tot Kipco-Damaco. Geleidelijk breidden we ons productassortiment uit en begonnen we ook diepvriesgroenten, -vlees, -vis en -frietten te verhandelen. Sindsdien zijn we almaar blijven groeien ondanks de tegenslagen die onvermijdelijk het pad kruisen van elke ondernemer en elk bedrijf. Zelf hebben we ook heel wat obstakels overwonnen. Denk maar aan de vogelgriep, die in onze sector nooit weg is en helaas van tijd tot tijd opnieuw de kop opsteekt. Maar we zijn doorzetters. Ons motto is dan ook 'durven, doen en doorgaan'. Onlangs wisten we dat nog in de praktijk te zetten. Zo hebben we in 2020, in volle coronacrisis, nieuwe kantoren geopend in Hongkong en Polen."

"BIJ KIPCO-DAMACO ZIJN WE EEN TEAM VAN VOLHARDERS."

– IRIS VANDAELE, MEDE-EIGENARES EN COMMERCIAL & MARKETING DIRECTOR

**Paul Larmuseau:** "Dat we graag onze tanden ergens inzetten, uit zich ook op andere vlakken. Zo was onze kernactiviteit al circulair lang vóór dat een hot topic was. Al sinds 1982 valoriseren we kippenseparatorvlees: de stukjes vlees die aan het karkas blijven hangen na het versnijden. Maar we recupereren ook andere nevenstromen. Daarvoor richtten we in 2015 een zusterbedrijf op: Empro Europe. Via innovatieve productieprocessen halen we bijvoorbeeld proteïnes uit veren. Die dienen dan als component voor dierenvoeder en aquacultuur."

## EXPORTAVONTUUR

**Joy Donné:** "Intussen is Kipco-Damaco actief in meer dan 150 landen. Ruim boven de helft van de exportomzet komt van buiten de EU. Hoe nam de uitvoer zo'n hoge vlucht?"

**Paul Larmuseau:** "Onze exportstrategie verschilt van regio tot regio. We hangen immers af van de lokale wetgeving, cultuur, grondstoffen enzovoort. Maar er is een rode draad: waar ook ter wereld gaan we voluit voor directe uitvoer, rechtstreeks contact en lokale ondersteuning. In ons wedstrijdossier vatten we het samen als 'global presence, local service'. Onze buitenlandse verkoopkantoren en hun lokale marktkennis spelen daarin een cruciale rol.

Bovendien helpen zij om onze gespecialiseerde knowhow overall in te zetten om klanten te helpen daar waar de impact het grootst is. Hoe kunnen ze hun verwerkingsproces optimaliseren, bijvoorbeeld? Of hoe kunnen ze hun transport zo kostenefficiënt mogelijk organiseren? Op die manier bouwen we continu aan een – vaak persoonlijke – vertrouwensband en wederzijds respect, waardoor we samen met onze klanten verder kunnen groeien."

"WAAR OOK TER WERELD GAAN WE VOLUIT VOOR DIRECTE EXPORT, RECHTSTREEKS CONTACT EN LOKALE ONDERSTEUNING."

– PAUL LARMUSEAU, CEO



**Iris Vandaele:** "Ook FIT heeft ons door de jaren heen geholpen om onze exportmarkten te diversifiëren. Ik herinner me bijvoorbeeld nog hoe we in de jaren 90 de Russische markt verkenden, kort na de val van de Berlijnse muur. Dat voelde echt als een avontuur. We kregen toen veel support van het FIT-team op het terrein: ze boden ons een stevige springplank om vlot én veilig deel te nemen aan handelsbeurzen, economische missies enzovoort. Ook toen we daar halsstarrig naar transporteurs op zoek waren, stond FIT ons bij."

**Joy Donné: "Wat willen jullie nog bereiken op exportvlak?"**

**Paul Larmuseau:** "Onze ultieme doelstelling is om rechtstreeks aanwezig te zijn in elke belangrijke voedingsmarkt wereldwijd. Maar dat blijven we – trouw aan onszelf – stap voor stap aanpakken. Op de korte termijn willen we vooral onze afzet in Afrika en Latijns- en Midden-Amerika dieper ontwikkelen. En binnenkort zullen we ook een nieuwe vestiging openen in Noord-Amerika."

## INTENSIEF MAAR PLEZANT

**Joy Donné:** "In 2016 deden jullie al mee aan de Leeuw van de Export, maar toen raakten jullie niet genomineerd. Dit jaar kwam de nominatie er wel en was het meteen

**ook prijs. Een deelname kunnen jullie allicht warm aanbevelen?"**

**Paul Larmuseau:** "Zeker, en ook winnen is een aanrader (lacht)! Maar serieus: de deelname alleen al is de moeite waard. Toen we ons wedstrijdossier opstelden, beseften we dat dit een kans was om intensief en strategisch stil te staan bij onze sterktes en uitdagingen. In de waan van de dag ga je daar als bedrijf soms te snel of oppervlakkig over. Bovendien hebben we een brede waaier aan medewerkers en functies bij het dossier betrokken: van onze financiële en exportspecialisten tot ons management en operationele teams. Het resultaat was niet alleen een nuttige maar ook verrassend plezierige oefening. Een inventaris van onze realisaties en plannen die automatisch weer tot frisse, nieuwe ideeën leidt."

**Joy Donné: "Als afsluiter: hebben jullie een gouden tip voor bedrijven die erover nadenken om ook een gooi naar de award te doen?"**

**Iris Vandaele:** "Export is een mensenzaak en gaat – hoe goed voorbereid je ook bent – altijd met vallen en opstaan. Dat moet je durven te laten zien. Tegenslagen zijn er om samen met je team wereldwijd te overwinnen. Noem het 'koppigheid' of 'volharding': het is hoe dan ook voer voor een sterk en geloofwaardig exportverhaal."



## ID

### Kipco-Damaco in feiten en cijfers (2021)

- **Locatie:** Oostrozebeke
- **Aantal medewerkers:** 56 voltijdequivalenten (België)
- **Omzet (2021):** € 99.599.544
- **Exportaandeel in de omzet (2021):** 83%
- **Aandeel niet-EU-landen in de export:** 62% (excl. het VK)
- **www.damaco-group.com**





20  
22

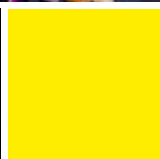


# LEEUW VAN DE EXPORT





**LEEuw VAN  
DE EXPORT**





# DOSSIER

# MEXI







# CO

## KLAAR VOOR BUSINESS MET EUROPA

NOGAL WAT REIZIGERS HEBBEN HET LATIJS-AMERIKAANSE LAND OP HUN BUCKETLIST STAAN. MAAR HEEFT DE ONDERBUUR VAN DE VS OOK TROEVEN VOOR U ALS EXPORTEUR? WIM VAN CAUTEREN, VLAAMSE ECONOMISCHE VERTEGENWOORDIGER (VLEV) IN ONS FIT-KANTOOR IN MEXICO-STAD, LAAT DAAR GEEN TWIJFEL OVER BESTAAN: "DE COMBINATIE VAN EEN GROTE INTERNE MARKT, EEN OPEN ECONOMIE EN GOEDE LOGISTIEKE INFRASTRUCTUUR MAKEN MEXICO TOT EEN INTERESSANTE EXPORTBESTEMMING."



“HET IS WACHTEN OP DE RATIFICATIE VAN HET VERNIEUWDE HANDELSAKKOORD MET DE EU.”

In ons kantoor in Mexico-Stad zijn **VLEV Wim Van Cauteren** en zijn team volop in de weer om de multisectorale groepszakenreis voor te bereiden, samen met AWEX en hub.brussels. Een hele klus, want wie deelneemt mag rekenen op een individueel afsprakenprogramma met potentiële klanten en partners in de hoofdstedelijke regio.

## HANDELSVERDRAG IN DE MAAK

**Wat Mexico dan precies in petto heeft voor Vlaamse exporteurs?**

**Wim Van Cauteren:** “Na Brazilië is het de grootste economie in Latijns-Amerika en de 15e op wereldvlak. Het land heeft een interne markt van bijna 130 miljoen inwoners, aanzienlijke bodemrijdommen en een open economie. Zijn 12 vrijhandelsakkoorden met in totaal 46 landen zijn goed voor ruim 90% van de handel.”

“Er ligt ook al een tijd een principesakkoord op tafel tussen de EU en Mexico”, gaat hij verder. “De inzet is een verbeterd vrijhandelsverdrag met eenvoudiger douaneprocedures, een betere markttoegang voor diensten, afschaffing van invoerrechten voor heel wat levensmiddelen ... Binnen Latijns-Amerika is Mexico vandaag al onze op een na grootste exportmarkt. De ratificatie van het principesakkoord zal de opportuniteiten voor onze exporteurs nog vergroten.”

## SNEL HERSTEL VAN TOERISME

**Hoe staat de Mexicaanse economie er vandaag voor?**

**Wim Van Cauteren:** “Het land kende de voorbije decennia een stabiele groei. In 2020 zorgde de pandemie voor een serieuze economische krimp. Al kwam het herstel vrij snel, met een

groei van een stevige 6,2% in 2021. Voor 2022 voorspelt het IMF dan weer 2,4% groei. De Mexicaanse peso noteert op dit moment hoger dan vóór de pandemie, wat import uit Europa goedkoper maakt.

Vooraf het toerisme, een van de motoren van de economie, heeft zich snel en goed hersteld. De sector is dan ook niet echt op slot geweest. Als een van de enige ter wereld heeft Mexico nooit quarantaineregels of andere coronarestricties opgelegd aan reizigers uit het buitenland. De eerste maanden van 2022 mocht Mexico al 1,5% meer toeristen verwelkomen dan net voor de pandemie, een echte opsteker.

Na China en India is Mexico ook de grootste ontvanger ter wereld van geldtransfers. De ruim 35 miljoen Mexicanen die in de VS wonen, sturen massaal geld op naar familie in hun thuisland. In 2021 ging het over maar liefst 50 miljard dollar of zo'n 4% van het bbp. Die transfers zwingelen de koopkracht van veel Mexicanen aan en ondersteunen in bepaalde staten in belangrijke mate de lokale economie.”

“‘TIME IS MONEY’ SPEELT HIER MINDER.”

## NAAR KORTERE TOEVOERKETENS

**Zijn de vooruitzichten op langere termijn positief?**

**Wim Van Cauteren:** “Zeker, Mexico kan bogen op een stabiele economie die steunt op een aantal sterke sectoren zoals automotive, petrochemie en de agro-industrie. De gezondheidscrisis en de huidige geopolitieke spanningen hebben bovendien één ding duidelijk gemaakt: de wereldwijde logistieke ketens die we zo evident vonden, kunnen snel grondig verstoord raken.

Je merkt dan ook dat steeds meer bedrijven voor kortere toevvoerketens kiezen. En daar begint Mexico garen bij te spinnen.

Het land blijkt meer en meer in trek als uitvalsbasis om de Noord-Amerikaanse markt te bewerken. De buitenlandse investeringen zijn de voorbije jaren al sterk toegenomen.”

## VOEDINGSPRODUCENT VOOR DE WERELD

**Met een interne markt van 130 miljoen Mexicanen en een opkomende middenklasse lijkt Mexico alleszins ook een interessante markt voor onze voedingsexporteurs.**

**Wim Van Cauteren:** “Ja, al blijft het voor sommige voedingsmiddelen en dranken wachten op de ratificatie van het vernieuwde handelsakkoord met de EU. Zo bedragen de Mexicaanse invoerrechten op chocolade nog altijd 20% en op koekjes 10%, het verdrag zal dat op nul brengen. Hetzelfde verhaal voor varkensvlees en pluimvee, waarvoor de heffingen nu op respectievelijk 45% en 100% zitten. Het akkoord zou ook het vrijgestelde zuivelquotum verhogen.

Maar hoe langer beide partijen treuzelen met de ratificatie, hoe langer Europese exporteurs natuurlijk een competitief nadeel zullen ervaren ten opzichte van bedrijven uit de VS en Canada. Die opereren door de US-Mexico-Canada Agreement binnen een grote Noord-Amerikaanse vrijhandelszone. USMCA is de opvolger van de beter bekende NAFTA, de Noord-Amerikaanse Vrijhandelsovereenkomst. Voor veel voedingsmiddelen is de VS de belangrijkste leverancier, wat Mexico sterk afhankelijk maakt van zijn noorderbuur.

“GEEF JE PARTNER NOOIT EXCLUSIVITEIT VOOR DE VOLLEDIGE MARKT.”

Maar ook los van het verdrag liggen er kansen voor Vlaamse voedingsexporteurs. Zo zit de vraag naar gezonde voeding in de lift, er is een sterke interesse voor speciaalbieren en ook onze appels en peren worden er gesmaakt. Al mogen we natuurlijk niet vergeten dat Mexico op wereldvlak zelf een van de grootste producenten en exporteurs is van groenten en fruit. Denk aan avocado's, papaya's, citroenen, limoenen, broccoli, bloemkool, sinaasappelen, koffie en maïs.”

## EFFICIËNTERE LANDBOUWPRODUCTIE

**Mexico is een landbouwgrootmacht, liggen daar geen kansen voor Vlaamse expertise?**

**Wim Van Cauteren:** “Absoluut! Met een toenemende bevolking en een stijgende koopkracht zal de agro-industrie de komende jaren blijven groeien. Maar er is nog veel werk aan

de winkel om de landbouwproductie efficiënter te maken. En om manuele processen te automatiseren, zowel op de akker als in de verwerkende industrie. Daar liggen dus kansen voor machinebouwers, specialisten in procesautomatisatie, producenten van meststoffen enzovoort.

Naast efficiënter kan de landbouwproductie ook nog een stuk duurzamer. Bepaalde delen van het land kampen met extreme droogte, dus bij telers groeit de belangstelling naar resistentere gewassen en waterbesparende technologieën. Voor onze cleantechspelers betekent dat mooie opportuniteiten. Verder verstrengt de regelgeving rond bestrijdingsmiddelen, ook hier voor winnen Mexicaanse boeren knowhow in.”

## DRAAISCHIJF VOOR AUTOMOTIVE

**Naast de agro-industrie is Mexico een belangrijk automotiveland. Vlaanderen heeft nogal wat toeleveranciers, vallen er in deze branche matches te maken?**

**Wim Van Cauteren:** “De automobielsector is een van de belangrijkste industriële sectoren, in 2021 verantwoordelijk voor 3,5% van het Mexicaans bbb. Het land is de op zes na grootste voertuigenfabrikant wereldwijd en de op vier na grootste producent van auto-onderdelen.

Alle grote merken van personenauto's en vrachtwagens zijn er aanwezig met hun productiesites, net zoals de grootste busbouwers. Samen bouwen ze zo'n 500 verschillende modellen voor de wereldwijde export. Rond die fabrieken ontwikkelden zich gigantische bedrijvencusters.

Als toeleverancier aan de automotive mag je Mexico dus niet links laten liggen. Want zoals gezegd: Mexicanen staan erg open voor producten, services en expertise uit Europa. Verschillende Vlaamse spelers hebben hier trouwens al hun vestiging.”

## KWALITEITSLABEL EUROPA

**Welke reputatie hebben onze producten en diensten in Mexico?**

**Wim Van Cauteren:** “Europees is er een echt keurmerk voor kwaliteit en innovatie. Mexicanen omarmen buitenlandse producten, diensten en knowhow. Dat is trouwens ook merkbaar binnen de techcommunity's die in grote steden als Mexico-Stad, Monterey en Guadalajara zijn verzezen in de schaduw van de grote universiteiten.

Naast lokale start-ups trekken die heel wat buitenlandse techspelers aan, waaronder steeds meer Vlaamse. Een vestiging of verkoopkantoor in Mexico levert trouwens een belangrijk financieel voordeel op. De loonkosten zijn lager dan in de VS en toch ligt de volledige Noord-Amerikaanse markt open door de vrijhandelszone.”

## VAKBEURZEN ALS DEUROPENER

**Hoe gaat een Vlaamse exporteur het best te werk om de Mexicaanse markt te verkennen?**

**Wim Van Cauteren:** “Een bezoek aan een vakbeurs of -evenement ligt voor de hand als eerste verkenning van de markt. Mexico-Stad, Puebla, Monterey en Guadalajara ontpop-

ten zich tot belangrijke beurs- en congrescentra. Zo'n event kan de kiem zijn van je netwerk ter plaatse of je ontmoet er een potentiële distributeur of agent. Hou zeker ook het actieprogramma van FIT in de gaten. In november organiseren we er een groepszakenreis en ook in 2023 staan er acties in de steigers.

Een tussenpersoon is een aanrader, maar ga niet over een nacht ijs. Mexico is een immens land, dus distributeurs en agenten focussen zich doorgaans op een specifieke regio. Geef je partner in elk geval nooit exclusiviteit voor de volledige markt, zo houd je de handen vrij om per regio met een andere partij in zee te gaan."

## BEDRIJFSINFO ACHILLESHIEL

**Welke kanalen bestaan er zoal om een potentiële agent, distributeur of klant te screenen?**

**Wim Van Cauteren:** "Transparantie qua bedrijfsinfo is een groot probleem in Mexico. Er bestaat geen tegenhanger van de Belgische Kruispuntbank voor Ondernemingen (KBO) en balansplicht bestaat alleen voor beursgenoteerde bedrijven. Sommige Mexicaanse bedrijven publiceren zelf wat cijfers, maar veel ondernemingen hebben zelfs nog geen website.

Voor inzicht in de kredietwaardigheid, historiek en reputatie van je potentiële handelspartner klop je aan bij gespecialiseerde commerciële spelers, grote Mexicaanse inkopers, bedrijvenassociaties en andere organisaties die sectoren doorlichten."

"12 VRIJHANDELS-  
AKKOORDEN MET IN  
TOTAAL 46 LANDEN ZIJN  
GOED VOOR RUIM 90%  
VAN DE HANDEL."

## ONDERNEMEN OP VERTROUWEN

"Bij FIT kunnen we checken of het bedrijf dat je op het oog hebt al openbare aanbestedingen heeft gewonnen", besluit **Wim Van Cauteren**. "Maar trek zeker ook je stoute schoenen aan en vraag zelf cijfers op bij je potentiële partner."

"Ondernemers steunen daarnaast vooral op hun netwerk om informatie te sprokkelen over de toestand van potentiële klanten, leveranciers en andere zakenpartners. Ondernemen is een kwestie van vertrouwen, daarom is persoonlijke banden smeden een absolute must. En dat vergt tijd, hou daar rekening mee. 'Time is money' speelt hier minder."

# 5 TIPS OM DE MEXICAANSE ZAKENCULTUUR TE OMARMEN

**DAN MEEUS** VAN MARKETING-  
TECHNOLOGIEBEDRIJF **HASHTING**  
DRAAIT AL VELE JAREN MEE IN  
EXPORTTEAMS IN MEXICO. OP BASIS  
VAN ZIJN ERVARING GEEFT HIJ 5 TIPS:

- 1. BEGIN NIET METEEN OVER UW PRODUCTEN EN DIENSTEN, MAAR FOCUS EERST OP HET UITBOUWEN VAN EEN RELATIE MET UW KLANT OF PROSPECT.**
- 2. BOUW AAN UW NETWERK TER PLAATSE EN LAAT HET VOOR U WERKEN, BIJVOORBEELD DOOR MOND-TOT-MONDRECLAME TE MAKEN VOOR UW PRODUCTEN OF DIENSTEN.**
- 3. EEN MARKTSTUDIE VORMT EEN BELANGRIJKE LEIDRAAD VOOR UW GO-TO-MARKET-STRATEGIE. DOOR DIE INVESTERING WERKT U VEEL GERICHTER EN VOORKOMT U ONNODIGE KOSTEN.**
- 4. BESLISSINGEN HEBBEN HUN TIJD NODIG BINNEN DE HIËRARCHISCH GESTRUCTUREERDE BEDRIJFSWERELD. NEEM 'GEDULD' MEE OP IN UW BUSINESSPLAN.**
- 5. GA NIET METEEN VOLUIT MET UW PRODUCT OF DIENST. ORGANISEER EEN DUIDELIJK OMSCHREVEN TESTCASE, INDIEN MOGELIJK MET ÉÉN LOKALE AGENT OF DISTRIBUTEUR.**

# KANSRIJKE SECTOREN



## AUTOMOTIVE

De automobielsector is een van de belangrijkste economische sectoren van Mexico. Heel wat internationale merken van personenwagens, vrachtwagens en bussen hebben er hun productievestiging.



## VOEDING EN DRANKEN

Mexico is een landbouw-grootmacht. Naast heel wat groenten en fruit is het een van de grootste producenten wereldwijd van eieren, kippen-, varkens- en rundvlees. Ook is het de op vijf na grootste bierproducent ter wereld.



## CHEMIE EN PETROCHEMIE

Hoewel olie- en gaswinning belangrijk blijven voor de Mexicaanse economie, kent de productie een achteruitgang. De productie van onder meer meststoffen, synthetische stoffen, kleurstoffen en pigmenten won wel aan belang.



## LOGISTIEK EN TRANSPORT

Mexico heeft een uitgebreide logistieke infrastructuur, met onder andere 117 havens, 370.000 kilometer wegen, 27.000 kilometer spoorwegen en 76 luchthavens.



## CLEANTECH

Van droogte over vervuilde waterlopen tot drinkwatervoorziening: de Mexicaanse overheid heeft flink wat uitdagingen om haar waterbeheer op orde te krijgen. Daarnaast is afvalverwerking een issue en kan het land nog grote stappen vooruit zetten in hernieuwbare energie.



## TESTIMONIAL

QbD **MARTIJN RENIERS** CHIEF INTERNATIONAL OFFICER

CONSULTANCYBEDRIJF QbD HELPT LIFESCIENCESSPELERS OM PRODUCTEN EN THERAPIEËN VLOT NAAR DE MARKT TE BRENGEN. NAAST KANTOREN IN NEDERLAND, FRANKRIJK, SPANJE, HET VK, ZWITSERLAND EN COLOMBIA, STREEK HET ANTWERPSE BEDRIJF IN 2017 NEER IN MEXICO. CHIEF INTERNATIONAL OFFICER **MARTIJN RENIERS**:

### “MEXICO IS EEN KENNISCENTRUM VOOR LATIJS-AMERIKA”

“Mexico heeft een aanzienlijke eigen lifesciencesindustrie”, vertelt Martijn Reniers. “Voor zijn gigantische interne markt én om te exporteren naar buurland de VS. Voor ons is het dus de gedroomde afzetmarkt: veel lokale opportuniteiten én een hoogopgeleide workforce die gewoon is om volgens de Amerikaanse standaarden te werken. En die we ook in Europa kunnen inzetten als oplossing voor de krapte op onze eigen arbeidsmarkt.”

QbD startte in Mexico-Stad met 15 medewerkers, nu staat de teller op 50. “Dat we zo snel konden groeien, heeft alles te maken met de grondige marktkennis van onze Mexicaanse general manager. Hij draaide al jaren mee in de sector, dus hij kon terugvallen op een uitgebreid netwerk. Dankzij hem kenden we een vliegende start in Mexico.”

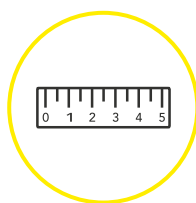
Naast het kantoor in de hoofdstad heeft QbD intussen een tweede hub in Guadalajara. “Zo kunnen we een grotere regio afdekken en dieper binnendringen in onze drie belangrijke segmenten: klassieke farma, medische hulpmiddelen en geneesmiddelen voor geavanceerde therapie (ATMP).”

Over enkele jaren wil QbD de kaap van 100 medewerkers ronden: “Naast uitgebreide businesskansen is Mexico een kenniscentrum voor Latijns-Amerika. Dus het is voor consultancyspelers als wij belangrijk om hier stevig voet aan de grond te hebben.”

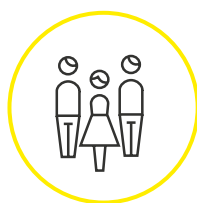


# FACTSHEET MEXICO

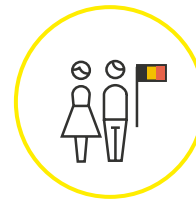
FLANDERSTRADE.BE



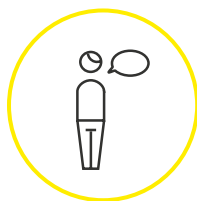
**Oppervlakte**  
1.964.375 km<sup>2</sup>  
(= 64 x België)



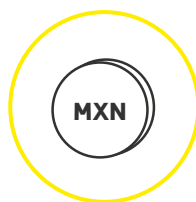
**Aantal inwoners**  
127,5 miljoen



**Aantal ingeschreven Belgen in Mexico: 2.136 (2022)**



**Officiële taal**  
Spaans

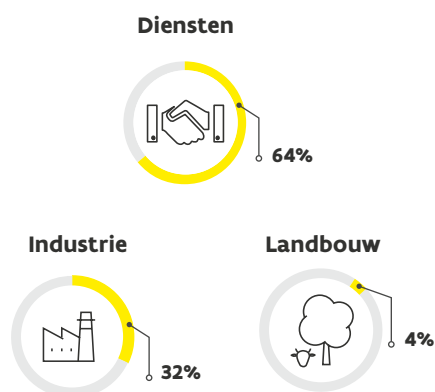


**Munteenheid**  
Mexicaanse peso  
(1 EUR = 20 MXN) (september 2022)



**Mexico is wereldwijd de grootste avocadoproducent**

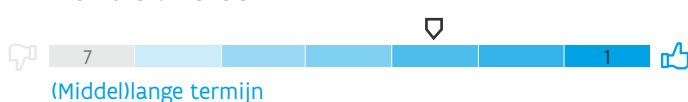
## Aandeel economische sectoren in bbp



## Risico van ondernemingsklimaat



## Politiek risico



## Commercieel risico (van C tot A)



## Top 5 Vlaamse exportproducten naar Mexico € 1,5 miljard (2021)

- 19,8% Farmaceutische producten
- 10,8% Mechanische werktuigen en machines
- 10,6% Gietijzer, ijzer en staal
- 8,2% Kunststoffen
- 6,2% Organische chemische producten

## Top 5 Vlaamse importproducten uit Mexico € 4,0 miljard (2021)

- 40,1% Voertuigen en onderdelen
- 19,0% Optische en precisieapparatuur
- 6,7% Ertsen, slakken en assen
- 5,3% Kunststoffen
- 4,7% Mechanische werktuigen en machines

**GEREGELD BUNDELEN ONZE VLAAMSE ECONOMISCHE VERTEGENWOORDIGERS (VLEV'S) DE LOKALE ZAKENOPPORTUNITeiten IN OVERZICHTELIJKE MARKTSTUDIES. U KAN ZE ALLEMAAL GRATIS LEZEN EN DOWNLOADEN OP [WWW.FLANDERSTRADE.BE](http://WWW.FLANDERSTRADE.BE), ONDER DE RUBRIEK 'LANDEN' OF 'SECTOREN'. DAAR VINDT U OOK DE HANDELSVOORSTELLEN UIT DE VERSCHILLENDE EXPORTBESTEMMINGEN DIE ONS DAGELIJKS BEREIKEN.**

## **CONSUMPTIEGOEDEREN - DISTRIBUTIEKANALEN INDONESIAË**

In 2021 bedroeg de totale waarde van alle detailhandelsverkopen van voedingsmiddelen en dranken in Indonesië 72 miljard dollar. Dat was 12% minder in vergelijking met 2020, een gevolg van de coronamaatregelen. De traditionele verkooppunten domineren nog altijd de voedings- en drankensector in de detailhandel, goed voor 76% van het marktaandeel. Toch blijven ze marktaandeel verliezen aan moderne winkels en e-commerce.

## **DE BIERMARKT IN MAROKKO**

Bierconsumptie in Marokko is allesbehalve vanzelfsprekend. Toch is de groei van de Marokkaanse biermarkt onomkeerbaar – mede door urbanisatie, stijgende koopkracht, westerse invloeden en curiositeit van de consument. Ondanks het grote aanbod van bieren uit België, gaat het slechts over 4,35% van de totale hoeveelheid geïmporteerde bieren in Marokko. Een opmerkelijke vaststelling die illustreert dat de markt nog enorme mogelijkheden biedt voor onze brouwers.

## **THE POTENTIAL OF GREEN HYDROGEN IN CHILE BASED ON ITS EVOLUTION OF RENEWABLE ENERGY**

De markt voor hernieuwbare energie in Chili heeft een groot groeipotentieel, vooral dankzij de mogelijkheden op het vlak van zonne- en windenergie. Het land kan daardoor op termijn een belangrijke producent en exporteur van groene waterstof worden. Ontdek meer over deze ontwikkelingen.





## DOUANE/CUSTOMS: GOEDEREN INVOEREN IN DE VS – HANDLEIDING

Voor bedrijven die internationale handel voeren met de VS, is een goede kennis van de verschillende douaneprocedures cruciaal voor een vlotte logistieke doorstroom van goederen. Bovendien kan een onjuiste toepassing van de douanewetgeving tot heel wat extra kosten leiden.

## IMPORTING FOOD & BEVERAGES IN INDIA

Het voedings- en drankenlandschap in India evolueert constant en vormt een opwindende uitdaging in een van 's werelds grootste markten. De Indiase voedingsmarkt is aantrekkelijk voor binnenlandse en internationale merken, maar de regelgeving en bepalingen rond de voedselveiligheid leggen de lat hoog. Deze marktstudie schetst het regelgevende kader, de douanerechten en een aantal praktische punten voor Vlaamse bedrijven die naar India willen exporteren.

# 2 x 1

Twee keer op rij de eerste podiumplaats pakken als 'Beste Pils van België', het is hoogst uitzonderlijk. Maar Bavik Super Pils van **BROUWERIJ DE BRABANDERE** nam dit jaar opnieuw de prestigieuze World Beer Award voor beste Belgische pils mee naar huis. Een internationale jury beoordeelde daarvoor ruim 2.500 bieren. En de West-Vlaamse familiale brouwerij weet duidelijk van wanten, want haar Demi de Mêlée werd het beste blonde bier van België en won goud in de categorie Belgian Style Blonde. Haar fruitbier RED by Petrus behaalde brons.

Nog meer Vlaamse vreugde op het podium van de World Beer Awards! Ook **BROUWERIJ HAACHT** uit Boortmeerbeek viel overduidelijk in de smaak. Haar befaamde Tongerlo Tripel werd er verkozen tot beste Belgian Style Tripel ter wereld. Een populaire categorie waarin tal van kleppers uit binnen- en buitenland het tegen elkaar opnemen. Daarnaast vielen ook haar Super 8 IPA en Super 8 Pils in de prijzen. De Kempense brouwerij is hiermee niet aan haar proefstuk toe: in 2014 verkoos de jury haar Tongerlo Blond nog als beste bier ter wereld.

////STOP////

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

# WAT VINDT U VAN LAAT HET ONS WETEN!

AL VIJFTIEN JAAR LANG IS WERELDWIJS UW MAANDELIJKSE PORTIE INSPIRATIE OM UW INTERNATIONALE AMBITIES KRACHT BIJ TE ZETTEN. DOORHEEN DE JAREN MAAKTE HET MAGAZINE AL VELE VERANDERINGEN DOOR, ZOWEL INHOUDELIJK ALS QUA LAY-OUT. TELKENS GEBEURDE DAT OP BASIS VAN UW FEEDBACK. OOK NU WILLEN WE VAN U HOREN. WAT APPRECIEERT U AAN WERELDWIJS EN OP WELK VLAK BLIJFT U OP UW HONGER ZITTEN?

Elke vijf jaar organiseren we samen met onderzoeksbureau Ipsos een groot lezersonderzoek bij de abonnees van Wereldwijs. Met als doelstelling: Wereldwijs nog beter afstemmen op uw wensen en noden.

Bent u abonnee van Wereldwijs en ontvangt u onze mailings? **Dan krijgt u op 7 oktober een uitnodigingsmail in uw mailbox.** Door op de link in de mail te klikken, komt u automatisch in de enquête terecht.

**TIP:** ziet u de mail van [wereldwijs@ipsos-online.com](mailto:wereldwijs@ipsos-online.com) niet passeren, check dan zeker ook uw spamfolder.

**Uw mening geven over Wereldwijs kan tot en met 4 november.**

Deelnemen aan het lezersonderzoek gebeurt anoniem en met respect voor de GDPR-regels. Tien deelnemers belonen we bovendien met een goodiebag. Alvast bedankt voor uw medewerking!



# WERELDWIJS?



OF U NU EEN TROUWE  
OF OCCASIONELE LEZER BENT  
VAN WERELDWIJS,  
WE ZIJN HEEL BENIEUWD NAAR  
UW MENING!

VUL DE ENQUÊTE IN  
VIA DE UITNODIGINGSMAIL DIE  
U ALS ABONNEE  
VAN ONS ONTVANGT OP  
7 OKTOBER.



# BEGINNENDE



# EXPORTEUR?

## VERLEG UW GRENZEN MET HET STARTERSPAKKET INTERNATIONALISERING

DAT HET BUITENLAND NIEUWE KANSEN BIEDT, HOEVEN WE U NIET TE VERTELLEN. ALLEEN DOEN DE ONZEKERE TIJDEN U MISSCHIEN OP DE REM STAAN OM ANDERE MARKTEN TE VERKENNEN. MET HET STARTERSPAKKET INTERNATIONALISERING GEVEN WE U DAT EXTRA DUWTJE IN DE RUG. MAAR WACHT NIET TE LANG, WANT OP 11 OKTOBER SLUITEN WE AF.



### HET STARTERSPAKKET INTERNATIONALISERING IN HET KORT

#### VOOR WIE?

Bedrijven die nooit eerder een FIT-subsidie ontvingen.

#### WAT?

Een forfaitaire subsidie van 7.000 euro en een begeleidingstraject door een adviseur Internationaal Ondernemen van FIT.

#### HOE DEELNEMEN?

U dient uw dossier online in, uiterlijk op 11 oktober.

## EENMALIGE SUBSIDIECHEQUE

“Met het Starterspakket Internationalisering mikken we op Vlaamse kmo’s die met hun innovatieve producten en diensten hun kans willen wagen in het buitenland”, legt **Caroline Steensels** van ons subsidieteam uit. “Voorwaarde om in aanmerking te komen is dat u aan het begin staat van uw internationalisering. Ons criterium hiervoor: u ontving nog nooit eerder een FIT-subsidie.”

Het Starterspakket is een eenmalige forfaitaire subsidiecheque van 7.000 euro. Let wel: u mag voor dezelfde kosten geen andere financiële tegemoetkoming ontvangen van een internationale, federale, gewestelijke, regionale of lokale overheid.

## PERSOONLIJKE BEGELEIDING

“Daarbovenop bieden we ook begeleiding aan”, stipt **Caroline Steensels** aan. “De adviseurs Internationaal Ondernemen van onze provinciale kantoren staan klaar om de beginnende exporteurs alle nodige begeleiding te bieden om internationale successen te boeken.”

“Bedoeling is verder dat u het budget enkel besteedt aan acties in het kader van internationalisering”, vervolgt ze. “Dus een vakbeurs bezoeken of met een stand deelnemen aan een beurs of een niche-event, marketing en publiciteit, erelonen voor juridisch advies, vertalingen van productdocumentatie ... Ook moet u achteraf facturen en eventuele andere bewijsstukken kunnen voorleggen om aan te tonen dat uw project wel degelijk werd gerealiseerd.”

## EEN SUCCESNUMMER

**Caroline Steensels**: “Sinds de lancering in 2020 ontving FIT over 4 calls in totaal 852 kandidaturen. Daarvan kregen er 546 groen licht. Het starterspakket Internationalisering is hiermee een van de succesnummers onder de FIT-subsidies. Tijdens de huidige ronde laten we 225 kandidaturen toe, goed voor maximaal 200 nieuwe starterspakketten.”

## TIP

- **DE SELECTIECOMMISSIE BEOORDEELT UW KANDIDATUUR OP BASIS VAN UW BUSINESS- EN EXPORTPLAN. VERGEET DUS NIET OM DEZE TOE TE VOEGEN AAN UW AANVRAAG. WE BEGRIJPEN DAT U ALS BEGINNENDE EXPORTEUR NOG NIET OVER EEN GEDETAILLEERD BUSINESS- EN EXPORTPLAN BESCHIKT. STEL BEKNOPT UW USP'S, EXPORTSTRATEGIE EN PLANNING VOOR, EN SCHETS HOE UW SUBSIDIEAANVRAAG HIERIN PAST.**

Na afsluiting van de call op 11 oktober neemt een selectiecommissie de ingediende dossiers onder de loep. Aan de hand van een wegings- en scoretabel worden de beste dossiers geselecteerd uit de kandidaturen. Wie in de selectie zit, ontvangt zijn subsidie uiterlijk 60 dagen na de goedkeuringsdatum.

“SINDE DE LANCERING IN 2020 ONTVINGEN AL 546 BEGINNENDE EXPORTEURS EEN STARTERSPAKKET INTERNATIONALISERING.”

CAROLINE STEENSELS, TEAM SUBSIDIES

## STUDIEBUREAU EXTRAQT SEBASTIAN BAES MEDEOPRICHTER

De 546 bedrijven die tot nog toe de subsidie in de wacht sleepten, komen uit heel uiteenlopende sectoren: bouw, voeding, kledij, gezondheid en farma, ICT, machinebouw ... **Studiebureau EXTRAQT** is een van de start-ups die de subsidie gebruikte om hun kansen in het buitenland te beproeven. Met hun modelleringmethode berekenen de Leuvense ingenieurs het potentieel van rivieren, kanalen en meren om gebouwen te verwarmen of te koelen. In juni werden ze nog bekroond met de VOKA-Leuven Innovation Awards voor beste start-up.

Het studie bureau zet nu zijn eerste stappen in de VS. **Medeoprichter EXTRAQT Sebastian Baes**: “Dankzij de subsidie konden we onze klanten en partners ter plaatse ontmoeten in plaats van digitaal, wat echt goed is voor de verstandhouding. FIT’s technologie-attaché uit Palo Alto, gespecialiseerd in cleantech, begeleidde ons bij de voorbereiding van gesprekken met potentiële klanten. **De steun van FIT opende voor ons deuren** en leverde verschillende leads op.”

**HEEFT U EEN VRAAG OVER DEZE SUBSIDIEMAATREGEL OF HET INDIENEN VAN UW DOSSIER?**

Stuur een mail naar [subsidies@fitagency.be](mailto:subsidies@fitagency.be).

# KLAAR OM HET KLIMAATNEUTRALE EN DIGITALE TIJDPERK TE LEIDEN?

EUROPESE INDUSTRIEBEDRIJVEN ALLE KANSEN BIEDEN OM DE DOELSTELLINGEN VAN DE GREEN DEAL TE BEHALEN ÉN VOOROP TE LOPEN IN DE TRANSITIE NAAR EEN DUURZAME EN DIGITALE EUROPESE ECONOMIE. DAT IS IN EEN NOTENDOP DE AMBITIE VAN DE INDUSTRIESTRATEGIE VAN DE EUROPESE COMMISSIE. OMDAT KMO'S DE RUGGENGRAAT ZIJN VAN HET INDUSTRIËLE ECOSYSTEEM IN DE EU, SPELEN ZIJ DE HOOFDROL IN DIT VERHAAL. VLAAMSE KMO'S HEBBEN ALLES IN HUIS OM DIE ROL MET VERVE OP TE NEMEN.



## 3 LESSEN UIT DE PANDEMIE

Even terug in de tijd: in maart 2020 lanceerde de Europese Commissie voor het eerst haar industriestrategie. Amper een week later ging de wereld in lockdown. Terwijl de pandemie zwaar inhakte op de Europese economie, legde ze ook enkele kwetsbare plekken bloot. Daarom bracht de Europese Commissie in mei 2021 een update uit van de industriestrategie. Daarin nam het de lessen op die het leerde uit COVID-19:

### 1. VEERKRACHT

**Crispin Waymouth**, adjunct-voorzitter van 'Unit for Industrial Forum, Alliances and Clusters' bij het directoraat-generaal GROW van de Europese Commissie, licht toe: "Tijdens COVID-19 kwam het vrije verkeer van goederen en diensten ongezien in het gedrang. Door de gesloten grenzen liepen leveringen vaak onvoorspelbare vertragingen op. We moeten onze Europese interne markt zowel in normale tijden als in noodsituaties kunnen beschermen."

### 2. STRATEGISCHE ONAFHANKELIJKHEID

**Crispin Waymouth**: "De verstoorde mondiale toeleveringsketen maakte duidelijk dat Europa sterk afhankelijk is van buitenlandse leveranciers voor 137 essentiële producten – ruim 70% uit Vietnam, Brazilië en China. Met alternatieve partners, producten, grondstoffen en een betere efficiëntie en circulariteit kan Europa zijn autonomie verbeteren."

### 3. VERSNELDE GROENE EN DIGITALE TRANSITIE

**Crispin Waymouth**: "Sectoren waarbij duurzaamheid en digitalisering al ingebakken zaten, konden beter het hoofd bieden aan de uitdagingen van de pandemie. Om bedrijven beter bestand te maken tegen onverwachte situaties en hun concurrentiepositie te verstevigen, zetten we een tandje bij voor de groene en digitale transitie."

## TRANSITIETRAJECTEN VOOR 14 ECOSYSTEMEN

De industriestrategie is niet zomaar een one-size-fits-all stappenplan voor alle industriebedrijven in de EU. "Verschillende sectoren tonen specifieke noden en opportuniteiten op het vlak van duurzaamheid, digitalisering en concurrentievermogen", vertelt Crispin Waymouth. "Daarom ontwikkelen we afzonderlijke trajecten voor en in samenwerking met veertien 'industriële ecosystemen': alle partijen die een rol spelen in de groene en digitale transitie van een bepaalde sector. Denk aan bedrijven, werknemers, overheden, sectorfederaties en milieuorganisaties."

"De transitietrajecten beschrijven de belangrijkste maatregelen, doelstellingen en voorwaarden die de industriële ecosystemen duurzamer, digitaal, veerkrachtiger en concurrerder moeten maken en zo ook de Europese economie versterken. Het eerste transitietraject werd gelanceerd in februari en was gericht op het ecosysteem 'toerisme'. De volgende trajecten zullen gefaseerd volgen."

## TOT WELK ECOSYSTEEM BEHOORT U?

- lucht- en ruimtevaart en defensie
- agrovoeding
- bouwnijverheid
- culturele en creatieve sectoren
- digitale sector
- elektronica
- energie-intensieve industrieën
- hernieuwbare energiebronnen
- gezondheid
- mobiliteit/vervoer/automobielsector
- lokale en sociale economie en civiele veiligheid
- detailhandel
- textiel
- toerisme



## EUROPESE KMO'S ALS DRIJVENDE KRACHT

"99% van de bedrijven in ieder ecosysteem is een kmo", zegt **Crispin Waymouth**. "Zij vertegenwoordigen 80% van de Europese goederenexport en staan aan de wieg van de duurzame materialen, producten en innovaties voor de Europese economie van de toekomst. Een groenere en digitale economie begint dus bij hen."

"De klimaatverandering is een harde realiteit voor ons allen. We kunnen niet anders dan actie ondernemen. Europa heeft alle troeven in handen om de broodnodige transitie te leiden. Ook in Vlaanderen: vele industriebedrijven, onderzoeksinstituten en overheden zetten duurzaamheid stevast op de agenda. We hebben de juiste mensen, mindset en baanbrekende technologie om het verschil te maken."

## NEEM ENTERPRISE EUROPE NETWORK IN DE ARM

Goed nieuws: u hoeft niet alleen uit te dokteren hoe u uw steentje kan bijdragen. **Crispin Waymouth**: "Afhankelijk van uw activiteiten, producten en diensten stelt Enterprise Europe Network concrete acties voor om te beantwoorden aan het transitietraject voor uw ecosysteem. Daarnaast gaat het met u op zoek naar haalbare aanpassingen, investeringen of nieuwe toepassingen waar uw bedrijf voordeel uit haalt."

"Zo krijgt u praktische handvatten om uw bedrijf klaar te stomen voor een klimaatneutrale en digitale toekomst. Van advies over nieuwe duurzame businessmodellen, efficiëntieverhogende technologieën of Europese en lokale regelgevingen tot ondersteuning bij het vinden van internationale partners, financiering en innovatiekansen. De adviseurs helpen u uw concurrentiepositie in de internationale markt te versterken en uw bedrijf aantrekkelijker te maken voor consumenten. Ook zij hechten immers steeds meer belang aan duurzaam of ethisch geproduceerde producten en verwachten vaak van bedrijven een vlekkeloze digitale service."

### WIL U BIJVOORBEELD ...



INZETTEN OP CIRCULARITEIT?



### GEDREVEN ADVISEURS ONDERZOEKEN O.A. HOE U ...

materialen en reststromen kan hergebruiken, afval kan beperken, recyclage kan incalculeren van bij de ontwerpfase.



UW CO<sub>2</sub>-UITSTOOT VERLAGEN?



uw productieproces energie-efficiënter kan maken, beter kan isoleren, uw transport kan terugdringen.



BETER GEBRUIK MAKEN VAN TECHNOLOGIE?



de digitale kennis kan verhogen in uw bedrijf, gekwalificeerde medewerkers kan aantrekken, inzichten kan halen uit data.

## HET VOORTOUW NEMEN IN DE GROENE EN DIGITALE TRANSITIE?

Wij helpen u op weg. Neem contact op via [enterprise.europe@vlaanderen.be](mailto:enterprise.europe@vlaanderen.be) bij vragen over de groene transitie. Of klop aan bij Wim Pappaert voor meer info over de digitale transitie via [wim.pappaert@ftagency.be](mailto:wim.pappaert@ftagency.be).

## BEURS

### 1 INTERPACK - DÜSSELDORF

4 tot en met 10 mei 2023

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 oktober 2022

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

CONTACT? Kurt Vleminckx +32 2 504 88 03

of [kurt.vleminckx@fitagency.be](mailto:kurt.vleminckx@fitagency.be)

## SEMINARIE

### 2 ZAKENDOEN MET MONTENEGRO

11 oktober 2022

INSCHRIJVEN? Tot en met 7 oktober 2022

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

CONTACT? Marnix Bierlin +32 2 504 87 43

of [marnix.bierlin@fitagency.be](mailto:marnix.bierlin@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 steunmaatregel worden verlengd en zal dus ook een lager tarief worden aangerekend voor de FIT-acties die plaatsvinden in 2022.

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 2022) 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](mailto:exportadvies-corona@fitagency.be).

# KALENDER

## GROEPSZAKENREIS

### 3 GEORGIË EN AZERBEIDZJAN

21 tot en met 26 november 2022

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 15 oktober 2022

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

**CONTACT?** Bart Van den Bossche +32 2 504 87 09  
of [bart.vandenbossche@fitagency.be](mailto:bart.vandenbossche@fitagency.be)

## INSCHRIJVEN?

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

## WEBINAR

### 4 THE 'NEXT BILLION' - FINTECH OPPORTUNITIES IN INDIA 2.0

Donderdag 13 oktober 2022

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 11 oktober 2022

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

**CONTACT?** Bart Van den Bossche +32 2 504 87 09  
of [bart.vandenbossche@fitagency.be](mailto:bart.vandenbossche@fitagency.be)

## STEL ZE AAN ONZE PROVINCIALE KANTOREN!

**Antwerpen** > +32 3 203 55 70

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

**Limburg** > +32 11 27 86 40

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

**Oost-Vlaanderen** > +32 9 216 66 70

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

**Vlaams-Brabant** > +32 16 21 11 50

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

**West-Vlaanderen** > +32 50 23 51 20

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

## VRAGEN OVER INTERNATIONAAL ONDERNEMEN?

# Reiken uw ambities verder dan uw schaduw?



Toegegeven, een onbekende markt veroveren, vergt lef en veel middelen. Maar wat als u daarbij kan rekenen op een partner die het klappen van de zweep kent? Zo helpt FIT u met tonnen ervaring, kennis en expertise. Die delen we graag via advies en contacten. Maar ook via gerichte acties en events. Soms geven we zelfs een financieel duwtje in de rug.

**Samen maken we uw internationale ambities waar.**