

WERELDWIJS

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

164

06\ 2023

Magazine van Flanders Investment & Trade, Afgiftelantoor Gent X, BC2170 Koning Albert I-laan 37, 1030 BRUSSEL



NEDERLAND

ONZE TWEEDE
HANDELSPARTNER
DOORGELICHT

PLANTICUS

AI-CHECK
VOOR TELERS
WERELDWIJD



Vlaanderen
is internationaal
ondernemen

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

06\2023 **164**

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, Dries Luyten, Lieven Van Assche,
Imagedesk.be, Getty Images en Shutterstock

LAY-OUT EN DRUK

Bredero Graphics

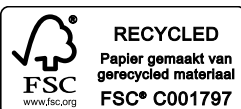
Overnemen of vermenigvuldigen van artikelen
is uitsluitend toegestaan met vermelding van bron
(bron: Wereldwijs/Flanders Investment & Trade).

WERELDWIJS

wordt gratis verspreid onder bedrijven.

WENST U EEN EXEMPLAAR?

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



EDITO

“START-UPS ZIJN ONZE
BEDRIJVEN VAN MORGEN”

Van een nadeel een voordeel maken, dat is weinigen gegeven. Zo wist Vlaanderen zijn kleine oppervlakte om te buigen tot een van zijn grootse troeven. Want zelden vind je zo veel succesfactoren geconcentreerd samen. De Vlaamse economie is er dan ook een van synergieën en ecosystemen. Daardoor kunnen bedrijven, kennisinstellingen, onderzoekscentra en andere organisaties bijzonder efficiënt samenwerken. Tegelijk maakte het internationalisering tot onze tweede natuur: we moeten wel openstaan voor internationaal ondernemen.

Binnen deze ecosystemen verdienen start-ups extra aandacht. Zij leggen immers de basis voor de bedrijven van morgen. Neem Planticus, het coverbedrijf van deze Wereldwijs. Door nauw samen te werken met binnen- en buitenlandse bedrijven, universiteiten, bio-ingenieurs en telers konden zij op korte tijd hun AI-technologie succesvol aan de man brengen in Zuid-Europa, de VS en Japan. In die laatste markt hebben ze zelfs tijdens de Belgische economische missie met FIT hun eerste stappen gezet. Nu lonkt de rest van de wereld.

Met de categorie 'Startup of the Year' in onze Flanders International Business Awards erkennen we de kracht van start-ups. Maar ook met Startup.Flanders helpen we start-ups onder meer te connecteren met de juiste partijen, de meest relevante partnerships te sluiten, de beste support te verzekeren en alles te halen uit hun internationale businessparcours. In Vlaanderen en in meer dan 90 landen wereldwijd. U hoort hier binnenkort ongetwijfeld meer over.

In deze complexe en competitieve wereld is alle ondersteuning meer dan welkom. En daar staan we met FIT voor garant.

Joy Donné
CEO
Flanders Investment & Trade





IN GESPREK MET PLANTICUS

DE REACTIESNELHEID
EN EXPERTISE
VAN FIT IS
ONBETAALBAAR.

10 DOSSIER

NEDERLAND

ONZE TWEEDE HANDELSPARTNER
DOORGELICHT

INHOUD

8 **TELEX**

23 **ENTERPRISE EUROPE NETWORK**

26 **FLANDERS INTERNATIONAL
BUSINESS WEEKS**

28 **KALENDER**



ID

Planticus in cijfers (2022)

- **Sector:** digitale landbouw
- **Opgericht in:** 2020
- **Hoofdkantoor in:** Antwerpen
- **Aantal medewerkers:** 6
- **Financieel:** 1,5 miljoen euro aan getekende contracten
- **Aandeel export in omzet:** 100%



Globale telers staan in de rij voor AI-check van Planticus

TOMATENTELERS IN VLAANDEREN, CANNABISBEDRIJVEN IN DE VS, DRUIVENKWEKERS IN SPANJE, THEEBOEREN IN JAPAN ... ZE KAMPEN ALLEMAAL MET GELIJKSOORTIGE UITDAGINGEN OM HUN GEWASSEN TE VRIJWAREN VAN ZIEKTES EN PLAGEN, ÉN OM DE KWALITEIT VAN DE UITEINDELIJKE OOGST TE GARANDEREN. MEDE HIERDOOR STAAT DE GLOBALE VOEDSELZEKERHEID ONDER DRUK. MAAR ER SCHIJNT LICHT AAN HET EINDE VAN DE TUNNEL. PLANTICUS, HET GEESTESKIND VAN **GUY VAN LOOVEREN**, HEEFT EEN MANIER GEVONDEN OM DE ARBEIDSINTENSIEVE EN DELICATE CONTROLES IN SERRES EN OP VELDEN OVER TE LATEN AAN ARTIFICIËLE INTELLIGENTIE (AI) – EEN INSTANT HIT IN ALLE UITHOEKEN VAN DE WERELD.

“En zeggen dat het allemaal begon met een buxusmot in Rijkvorsel”, blikt Guy Van Looveren terug. “Toen ik in 2019 introk in mijn nieuwe woning vond ik dat de haag er maar treurig uitzag. Bij gebrek aan groene vingers googelde ik de oorzaak en mogelijke oplossingen. Toen een bevriend bio-ingenieur mij uitlegde dat dergelijke ziektes en plagen een wereldwijd probleem vormen en tal van gewassen ernstig aantasten, kwam de ondernemer in mij tot leven.”

“Ik begon meteen met een grootschalige studieronde. Wat zijn de belangrijkste gewassen voor consumptie en met welke specifieke pijnpunten krijgen hun telers te maken? Voor antwoorden ging ik te rade bij binnen- en buitenlandse universiteiten, bedrijven, bio-ingenieurs en de telers zelf.”



SOMS IS HET
SLIMMER OM
TE REMMEN
DAN OM GAS
TE GEVEN.

GEVONDEN: HET GAT IN DE MARKT

Wat waren de voornaamste conclusies van dit maandenlange marktonderzoek?

Guy Van Looveren: "Dat het probleem, en dus ook de businessopportunity, nóg groter bleek dan ik eerst vermoedde. Zo kan een plaag of ziekte op enkele dagen tijd kilometers en kilometers aan gewassen aantasten als je er niet op tijd bij bent. Het gevolg: serres zijn echte biohazard-zones geworden. Je komt er enkel in met een speciaal, dubbelsteriel pak en wil je naar een andere rij stappen, dan moet je een nieuw pak aan. De schrik zit er goed in. Niet te verwonderen als je weet hoeveel geld er op het spel staat voor onder meer tomaten – 's werelds populairste fruit."

Welke oplossing bedacht Planticus?

Guy Van Looveren: "Om onregelmatigheden pre-harvest op te sporen heb je veel tijd, een sterk concentratievermogen en een uitstekende blik nodig. Kortom, een hels karwei voor seizoenarbeiders, waar sowieso al een tekort aan is. Hoe win je aan snelheid en vermijd je – letterlijk – dure missers? Het antwoord: met AI. We ontwikkelden een technologie die erop getraind is om plagen en ziektes te herkennen op planten, ook als die evolueren. De reacties van telers waren meteen laaiend. En zo zag Planticus het licht."

KEUZES, KEUZES, KEUZES

Hoe werkt de technologie precies?

Guy Van Looveren: "We testten verschillende technieken uit om bruikbare beelden te maken van de planten: met drones, bodycams, slimme brillen ... Toen we bijna de gouden formule beethadden, brak de coronapandemie uit. Maar een ongeluk komt nooit alleen en even later viel Rusland binnen in Oekraïne. De tomatenmarkt, waar we tot dan op focusten, kende hierdoor een sterke terugval. Welke markt ondervond geen hinder? De Spaanse druiventeelt. We veranderden niet alleen onze aanpak, maar moesten ook de technologie bijsturen. Bij druiven ligt de grootste moeilijkheid immers post-harvest, met name bij de controle op vruchten voor consumentengebruik." "Samengevat bestaat onze post-harvest-applicatie uit een lopende band waar de rijpe vruchten op gelegd worden. Onze artificiële intelligentie software bekijkt dan of de vruchten goed genoeg zijn voor verkoop. Zo checken we druiven op 14 classificaties: schimmels, barsten, vreemde vormen ... Snel, nagenoeg foutloos en zonder menselijke interventie."

JE CREATIE
IN HET
BUITENLAND
ZIEN GROEIEN,
DAAR GAAT
NIETS BOVEN.

Zijn er nog andere gewassen waar Planticus intussen op inzet?

Guy Van Looveren: "Het grote voordeel van onze post-harvest-applicatie is dat ze toepasbaar is op veel andere gewassen en weinig tot geen invloed heeft op het productieproces zelf. Toch concentreren we ons vandaag vooral op tomaten, aardbeien en druiven. Let wel: we krijgen vragen uit de meest uiteenlopende teelten. Denk aan azalea's en tulpen. Maar we willen stap voor stap groeien en de juiste focus behouden. In een internationaal verhaal moet je ook geregeld nee durven te zeggen."

Was die internationale blik van bij het begin aanwezig?

Guy Van Looveren: "Zeker. Export is dé reden waarom ik onderneem. Er gaat niets boven de ervaring van je eigen creatie in het buitenland te zien groeien. Ook met mijn vorige twee techbedrijven trok ik snel de internationale kaart. Je verruimt niet alleen je potentiële afzetmarkt, maar leert ook tal van interessante culturen, mensen en plaatsen kennen. Dat houdt je scherp en maakt het plezierig."

VAN SPANJE TOT JAPAN

In welke markten staat Planticus sterk?

Guy Van Looveren: "Zuid-Europa is ons speerpunt. In Spanje, Portugal, Italië en Frankrijk hebben we dankzij de nabijheid al een sterk netwerk opgebouwd. Omdat er zo veel emotie mee gemeoid is, is fysieke aanwezigheid in onze sector heel belangrijk. Veel boeren zien hun serres als hun levenswerk, doorgaans opgebouwd door vorige generaties. Dan is een persoonlijke benadering cruciaal, want de stap naar digitale landbouw is voor hen geen klein bier. Dat is ook een van de redenen waarom we in Murcia een lokaal kantoor gaan oprichten met een Spaans team. Zij kennen de lokale gevoeligheden nóg beter."

In de VS heeft Planticus al een lokale afdeling. Is dat noodzakelijk?

Guy Van Looveren: "Ons verhaal in de VS is een zijtraject. Daar richten we onze pijlen op cannabis voor medicinaal gebruik. Voor telers is het vaak moeilijk om te weten wanneer ze precies kunnen oogsten. Het ideale oogstmoment hangt immers sterk samen met het THC-gehalte, de belangrijkste werkzame stof. We ontwikkelden een

AI-gebaseerde mobiele app om daar een oplossing voor te bieden. Maar ook hier geldt: een lokaal team biedt een enorme meerwaarde – al zeker door het tijdsverschil en de geografische afstand."

DE REACTIE-
SNELHEID EN
EXPERTISE
VAN FIT IS
ONBETAAL-
BAAR.

Welke markten zou Planticus graag aanboren in de toekomst?

Guy Van Looveren: "Het Midden-Oosten en Azië. Daar beweegt vandaag veel op het vlak van landbouw. Zo namen we eind 2022 onder het label Startup.Flanders deel aan de Belgische economische missie naar Japan. We ontdekten er dat onze technologie een oplossing kan bieden aan de overgebleven theeboeren die handen te kort komen, op een manier die toch de tradities respecteert. Het is zelfs zo dat het Japanse ministerie van Landbouw de uitrol van Planticus mee wil financieren. Eenzelfde verhaal zien we in andere oosterse landen: overheden willen investeren in de modernisering van de landbouw. Dat houdt ook steek als je weet dat een land zoals de Verenigde Arabische Emiraten voor 90% van zijn landbouwproducten afhankelijk is van import. Het is ergens logisch dat we daar met open armen verwelkomd worden."

DIGITALE LANDBOUW SLAAT AAN

Hoe zit het met de argwaan ten opzichte van Industrie 4.0 bij landbouwers?

Guy Van Looveren: "De nieuwe generaties staan er meer voor open, omdat ze beseffen dat het de toekomst is. Ons voordeel is ook dat we niet rechtstreeks aan telers verkopen, maar aan de megabedrijven die daarboven staan. Zij denken meer op de lange termijn en zijn ook actief op zoek naar efficiëntiewinsten. Maar dat betekent niet dat we geen rekening houden met de wensen van de telers. Integendeel, onze kracht ligt in het feit dat we samen met hen de technologische oplossingen vormgeven. We bekijken alles vanuit hun perspectief."

Hoe bouwt Planticus aan naamsbekendheid?

Guy Van Looveren: "Ons prospectiemodel is new tech, the old-school way. Dat betekent dat we nog gewoon de telefoon nemen en naar interessante partijen bellen om ons voor te stellen. Maar dan moet je wel weten wie die interessante partijen zijn. Daarvoor is FIT een onbetaalbare partner. Vraag naar bedrijven in de Spaanse aardbeiensector en je krijgt meteen een lijst terug met alle contactgegevens erbij. Zo proberen we een voet tussen de deur te krijgen en eens dat gelukt is, gaat het nieuws over onze technologie rond als een lopend vuurtje en weten de andere bedrijven ons te vinden."

MARKTLEIDERSCHAP, MET FIT ALS EXPORTPARTNER

Wat is voor u de hoofdvoorwaarde om succesvol te exporteren?

Guy Van Looveren: "De cultuur van de bestemming begrijpen én er goed mee om kunnen. Heb je in Spanje om 9 uur een afspraak, dan is het goed mogelijk dat je er pas een half uur later aan begint, terwijl je in Japan beter 5 minuten vóór de afspraak op post bent. Zo zijn er in elke bestemming tientallen ongeschreven regels. Wil je op zeker spelen, laat je dan

omringen door de juiste mensen. Dat geldt des te meer als je de taal niet machtig bent. En ook daar helpt FIT bij. In elke bestemming weten ze welke Vlamingen of lokale mensen je voor welke expertise kan inschakelen. Zo is FIT mee de motor van ons succes."

Tot slot, wat zijn de ambities voor de toekomst?

Guy Van Looveren: "We willen wereldmarktleider worden in kwaliteitscontroles op gewassen vóór en na de oogst. Onze pre-harvest-oplossing is nog in volle ontwikkeling, maar met de post-harvest-oplossing staan we al sterk. De volgende jaren gaan we geleidelijk aan nieuwe voedselgewassen aan onze portfolio toevoegen, zoals koffie en blauwe bessen. En ook geografisch gaan we uitbreiden. In de eerste plaats richting het Midden-Oosten en Azië, maar ook Zuid-Amerika staat op de radar. Stap voor stap, zonder onze hand te overspelen."



KLAAR VOOR DE VOLGENDE STAP IN UW INTERNATIONALISERINGSPROCES?

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

2

Het gaat hard voor **VERDA VENTO**, de Genkse start-up, gespecialiseerd in de verkoop van milieu- en energievriendelijke airconditioners. Met twee prestigieuze internationale awards plaatsen ze zichzelf in de kijker. De Zuid-Afrikaanse tak van het bedrijf werd bekroond met de duurzaamheidsprijs (Green HVAC) en de innovatieprijs (Innovative HVAC) als beste installatiebedrijf van het Midden-Oosten én Afrika. Een puike overwinning!

CLEAN CONVEYOR BELT (CCB), een dochterbedrijf van Geysen Group, doet zijn intrede op de internationale markt met gepatenteerde oplossingen voor transportbanden. Duitsland kon als eerste kennis maken met het Kempense innovatieproject op de Solidbeurs in Dortmund. Vorig jaar won CCB in eigen land nog de Maintenance Innovation Award van Bemas (Belgian Maintenance Association).

////STOP////

Primeur voor België: **DB VIDEO**, een Antwerps audiovisueel eventbedrijf, haalt een internationaal privacy- en veiligheidscertificaat binnen. Hiermee krijgt het bedrijf internationale erkenning voor de beveiliging van de gegevens van zijn bezoekers en deelnemers. De kers op de taart tijdens dit jubileumjaar, waarin ze hun 25-jarige bestaan vieren.

////STOP////

Wie impact wil hebben, moet verder kijken dan eigen land en zelfs Europa. Dat is ook het West-Vlaamse **DESOTEC** niet ontgaan. En dus zet het milieutechnologiebedrijf, gespecialiseerd in mobiele filtersystemen met actieve kool, voet aan de grond in Noord-Amerika. Een nieuwe stap richting wereldwijd marktleiderschap voor Desotec dat in 2021 in handen kwam van de Amerikaanse investeringsreus Blackstone.

////STOP////

In het nieuwe voetbalstadion van Real Madrid schijnt de zon voortaan altijd. En dat dankzij innovatieve Duitse CLS-technologie. Die zorgt ervoor dat het gras perfect licht krijgt, waardoor het in topconditie blijft. Het Vlaamse bedrijf **RSI SPORTS GROUP** levert dit artificiële zonlicht aan de Spaanse topclub. Eerder tekenden ook al Antwerp, Racing Genk en het Nederlandse PEC Zwolle voor de technologie met ledlampen.

////STOP////



Ook Studio 100 scoort in het buitenland. Niemand minder dan streaminggigant Netflix gaat in zee met **FLYING BARK PRODUCTIONS**, een van de internationale animatiestudio's van de Vlaamse entertainmentgroep. Samen zullen ze 'Stranger Things' produceren, een animatie-spin-off van de populaire Amerikaanse sciencefiction-horrorserie. Het is niet de eerste keer dat de animatiestudio samenwerkt met zo'n buitenlandse klepper. Zo prijken Disney+, Marvel, Nickelodeon, LEGO en Paramount eveneens op het internationale palmares.

////STOP////

Het nieuwe Innovation & Experience Center van Wordline in de Franse zakenwijk La Défense kreeg een Vlaams tintje. De wereldspeler koos voor een samenwerking met de West-Vlaams-Limburgse tandem **ZOOT!** en **OCULAR** voor hun net geopende belevingsruimte in hartje Parijs. Terwijl Zoot! verantwoordelijk was voor het ruimtelijke ontwerp en projectmanagement van het center, stond Ocular vooral in voor de multimedia experience. Die combinatie van doordachte vormgeving met passende technische oplossingen gaf de doorslag voor het Franse fintechbedrijf.

////STOP////

Innovatie zit diep in het DNA van **ORFIT INDUSTRIES**, al meer dan 30 jaar expert in medische hulpmiddelen. Dat bewijst de Red Dot Design Award 2023 die het Wijnegemse familiebedrijf in de wacht sleepte. Hun Aerial Couch Top is een geavanceerde, zelfdragende behandeltafel die gebruikt kan worden bij radiotherapie. Samen met de recente investering van 10 miljoen euro in een nieuwe productiesite voor composietproducten, benadrukt deze erkenning hun succesvolle innovatiestrategie.

////STOP////

Na Saint-Nazaire en Yeu-Noirmoutier haalt **DEME OFFSHORE** zijn derde grootschalige windmolenpark in Frankrijk binnen. Het nieuwe park in Dieppe Le Tréport zal 62 windturbines huizen, goed voor de elektriciteit voor 850.000 mensen. De contracten hebben een totale waarde van ongeveer 300 miljoen euro. DEME staat in voor het transport en de installatie van de pinpalen en jackets die de funderingen vormen voor de turbines. Volgend jaar gaan de werken van start.

////STOP////

Het Gentse bedrijf **ODDSHOT GAMES** bereikt met Snapshot een belangrijke kaap: die van 1 miljoen gebruikers. Het virtuele ijshockeyspel werd eind 2020 uitgebracht en draait helemaal rond samenwerking en competitie. Spelers van over de hele wereld melden zich aan, goed voor al meer dan vijf miljoen gespeelde matches.

////STOP////



DOSSIER

NEDER



LAND

ONZE TWEEDE HANDELS- PARTNER DOOR- GELICHT



IN DE VORIGE EDITIE STONDEN DE SCHIJNWERPERS OP DUITSLAND, ONZE BELANGRIJKSTE HANDELSPARTNER. DEZE KEER RICHTEN WE ONZE BLIK NOORDWAARTS EN SPOTTEN WE VOOR U OPPORTUNITEITEN IN NEDERLAND. DOOR DE NABIJHEID, DE GEMEENSCHAPPELIJKE TAAL EN DE OPENHEID TEN AANZIEN VAN NIEUWE PRODUCTEN EN DIENSTEN, IS HET VOOR VEEL BEDRIJVEN EVIDENT OM BIJ ONZE NOORDERBUREN AAN TE KLOPPEN. TOCH GELDT OOK HIER: GA NIET OVER EEN NACHT IJS, MAAR MAAK UW HUISWERK. ONZE LANDENEXPERTS IN DEN HAAG HELPEN U GRAAG OP WEG.

ZAKENDOEN IN NEDERLAND: EEN BLIK OP DE MARKT EN OP UW OPPORTUNITeiten

OVERAL TER WERELD SPOTTEN ONZE LANDENEXPERTS KANSEN VOOR VLAAMSE PRODUCENTEN EN DIENSTENBEDRIJVEN. DICHT BIJ HUIS IN HET NEDERLANDSE DEN HAAG IS DAT NIET ANDERS. WE SPREKEN ER MET VLAAMSE ECONOMISCHE VERTEGENWOORDIGER (VLEV), **TONIA VAN DE VYVER**, EN TRADE DEPUTY, **LISA VAN SEVENTER**. TOPICS OP DE TAFEL: DE NEDERLANDSE ECONOMIE EN ARBEIDSMARKT, ZAKENKANSEN EN DO'S EN DONT'S.



Tonia Van de Vyve



Lisa van Seventer

TORENHOGE INFLATIECIJFERS

"De Nederlandse economie herstelde goed en snel van de coronapandemie, maar kreeg meteen een nieuwe opdoffer door de oorlog in Oekraïne", start Tonia Van de Vyver. "De gestegen energie- en voedingsprijzen bezorgden onze noorderburen een torenhoog inflatiecijfer van ruim 11%."

"Toch tekende het Nederlandse bbp een groei van 4,6% op in 2022", pikt Lisa van Seventer in. "Voor 2023 wordt een veel beperktere economische groei van 0,8% verwacht en voor 2024 ligt de schatting voorlopig op 1,6%."

NIJPENDE PERSONEELSTEKORTEN

"Zware personeelstekorten in tal van sectoren zullen verder een rem zetten op de economische groei", stipt Lisa van Seventer aan. "Vooral in het onderwijs, de zorg, ICT en techniek zijn de tekorten nijpend, zelfs nog erger dan in Vlaanderen. Via salarisverhogingen, vaste contracten en fiscale ingrepen

probeert de overheid voltijds werken opnieuw aantrekkelijk te maken. Vandaag zit 48% van de Nederlanders in parttime werkregimes."

Daarnaast zet de overheid met het zogeheten STAP-budget in op ontwikkeling van vaardigheden doorheen de loopbaan. Kennisontwikkeling is daarom een van de pijlers van het Nationaal Groeifonds, samen met onderzoek, ontwikkeling en innovatie. Verder is er onder meer het Actieplan Groene en Digitale Banen om tekorten in techniek en ICT samen met werkgevers en het onderwijs aan te pakken.

"VANDAAG WERKT 48% VAN DE NEDERLANDERS PARTTIME."

LISA VAN SEVENTER

TOPINNOVATIE IN TIEN SECTOREN

Al sinds 2009 heeft Nederland zijn topsectorenbeleid. Bedrijven, wetenschap en de overheid werken binnen tien afgebakende sectoren (zie kader) aan kennisdeling en innovatie. Samen ondersteunen ze innovatieve start-ups, vergroten ze internationale zakenkansen, investeren ze samen in toegepast onderzoek enzovoort. In 2019 is de topsectorenaanpak verder ontwikkeld naar een missiegedreven topsectoren- en innovatiebeleid rond vier thema's: 'Energietransitie en Duurzaamheid', 'Landbouw Water Voedsel', 'Gezondheid en Zorg' en 'Veiligheid'.

Lisa van Seventer: "De doelstellingen van het topsectorenbeleid zijn heel concreet: duurzame voedselproductie, afvalverwerking, bescherming tegen de stijgende zeespiegel ... Ook voor innovatieve Vlaamse technologie liggen er volop kansen, zoals technieken voor slimme landbouw, e-health, circulair bouwen en smart mobility-oplossingen. Binnen het OnePlanet Research Center partneren onderzoekscentrum imec en de universiteit van Wageningen al voor onderzoek binnen gezondheidstechnologie."

"DE DOELSTELLINGEN VAN
HET TOPSECTORENBELEID
ZIJN HEEL CONCREET."

LISA VAN SEVENTER

GROTE VRAAG NAAR ZORGINNOVATIE

Om de grote personeelstekorten in de gezondheidszorg aan te pakken, zijn innovatieve oplossingen vereist om de kwaliteit, continuïteit en veiligheid te behouden. Lisa van Seventer: "Technologie speelt hier uiteraard een cruciale rol in en dat biedt dan weer opportuniteiten voor Vlaamse technologiebedrijven en softwarespelers die zich toespitsen op die niche."

Tonia Van de Vyver: "In dat kader is het event Zorg & ICT in juni het vermelden waard. Tal van mensen uit de zorgpraktijk zakken dan af naar de Jaarbeurs in Utrecht om er kennis te maken met zorginnovaties en de bijbehorende leveranciers."

PRIVATE LABEL IN OPMARS

Met ruim 17 miljoen consumenten is Nederland een interessante afzetmarkt voor de Vlaamse voedingsindustrie. De prijzen in de volledige voedingssector blijven maar stijgen. Dat laat zich voelen in de horeca, maar zeker ook in de supermarkt. Onze noorderburen leggen hierdoor steeds meer huismerken in hun winkelkar. Voor private label is er nu dus een

momentum, want alle grote retailers zijn dat aanbod zwaar aan het uitbreiden.

Tonia Van de Vyver: "Nederlanders staan erom bekend prijsbewuste consumenten te zijn. Niettemin staan gezondheid en duurzaamheid bovenaan hun prioriteitenlijst. Unieke producten die daarop inspelen, maken kans om aan te slaan. Hetzelfde geldt voor wie oog heeft voor het comfort van de consument."

Toegegeven, het is niet makkelijk om boven het maaiveld uit te steken in een verzadigde retailmarkt die bovendien gedomineerd wordt door mastodonten als Albert Heijn, Jumbo en Lidl.

Lisa van Seventer: "Wil je de deur van de inkopers op een kier krijgen, dan moet je aan voedingsbeurzen deelnemen, present tekenen op vakevenementen en vooral enorm veel netwerken."

VEEL UITDAGINGEN IN BOUW

En dan is er de woningnood, al decennia een hot topic bij onze noorderburen. Tonia Van de Vyver: "Nederland heeft de komende 10 jaar naar schatting 100.000 nieuwe woningen per jaar nodig. Maar veel zaken gooien op dit moment roet in het eten. Voorbeelden zijn het stikstofdossier – dat het aantal afgeleverde vergunningen sterk vermindert – en de piekende prijzen van bouwmaterialen. Ook geschikte bouwlocaties vinden wordt een steeds grotere uitdaging."

Lisa van Seventer: "Feit is wel dat er een groeiende vraag is naar duurzaam bouwen en daar kunnen ook Vlaamse aannemings- en bouwmaterialenbedrijven een graantje van meepikken. Denk maar aan milieuvriendelijke of circulaire bouwmaterialen en -technieken, elektrisch aangestuurde machines en gereedschappen, oplossingen om te bouwen in de binnenstad of op lastige locaties."

DE NEDERLANDSE TOPSECTOREN:

- Agri & Food
- Chemistry NL (Chemie)
- Creatieve industrie
- Energie
- Health Holland (Life sciences & health)
- Logistiek
- Holland High Tech (High Tech Systemen & Materialen)
- Tuinbouw & Uitgangsmaterialen
- Water & Maritiem
- Dutch digital delta (Team ICT)

Meer info? www.topsectoren.nl.

“NEDERLAND HEEFT DE KOMENDE
10 JAAR 100.000 NIEUWE
WONINGEN PER JAAR NODIG.”

TONIA VAN DE VYVER

FAVORIETE MARKT DOOR NABIJHEID

Veel Vlaamse bedrijven benaderen hun Nederlandse prospects zelf vanuit hun thuisbasis. Vaak is het hun eerste stap over de grens. Tonia Van de Vyver: “Door de nabijheid en taal is dat logisch, zeker voor ondernemingen in het grensgebied. Vanuit commercieel oogpunt is het wel interessanter om een Nederlandse verkoper in de arm te nemen die bovendien al ervaring heeft in de branche. In tal van sectoren zijn de distributiekanaalen door verregaande schaalvergroting sterk geconcentreerd. Bijgevolg bestrijk je via een relatief klein netwerk al snel de volledige afzetmarkt.”

Lisa van Seventer: “In sommige branches zijn tussenpersonen – agenten en distributeurs – dan weer helemaal ingeburgerd, waaronder interieur en mode. Om dieper binnen te dringen in de lokale markt openen Vlaamse bedrijven na verloop van tijd hun eigen filiaal in een grote Nederlandse stad. Grote voordelen zijn dan dat je je kan aansluiten bij Nederlandse sectorfederaties en dat je een lokale payroll kan openen voor je medewerkers ter plaatse.”

“VANUIT COMMERCIEEL OOGPUNT
IS HET INTERESSANT OM EEN
NEDERLANDSE VERKOPER IN
DE ARM TE NEMEN.”

TONIA VAN DE VYVER

5 GOUDEN TIPS VAN ONZE LANDENEXPERTS

1. **BEREID UW AFSPRAKEN GRONDIG VOOR, UW NEDERLANDSE ZAKENPARTNER WIL MEER HOREN DAN UW STANDAARDUIITEENZETTING OVER UW PRODUCT OF DIENST.**
2. **MAAK UW STANDPUNT DUIDELIJK TIJDENS DE VERGADERING, WACHT NIET OM BEDENKINGEN TE UITEN IN EEN MAIL ACHTERAF.**
3. **NEDERLANDERS ZIJN DIRECT EN HOUDEN VAN HELDERE COMMUNICATIE. KRIJGT U NEGATIEVE FEEDBACK OF EEN ONGEZOUTEN MENING OP UW VOORSTEL? SCHRIK HIER NIET VAN EN FORMULEER DAN GEWOON NOG EENS HELDER UW TEGENARGUMENTEN.**
4. **WERK PLANMATIG EN PROFESSIONEEL, EN HOU U AAN DE AFGESPROKEN PLANNING EN DEADLINES.**
5. **NETWERKEN IS KEY: BEZOEK NETWERKEVENTS EN -BORRELS OM UW NEDERLANDSE NETWERK UIT TE BREIDEN. EEN UITGEBREIDE ZAKENLUNCH WORDT GEAPPRECIËRD, MAAR IS MINDER GEBRUIKELIJK.**

TESTIMONIAL

STRIDE EUROPE **LEANDER VERBRAEKEN** KEY ACCOUNT MANAGER EUROPE

VAN FITNESSTOESTELLEN TOT VOLLEDIG AANGEKLEDE GYMZAAL: STRIDE EUROPE ONTWERPT EN BOUWT TRAININGSCENTERS VOOR SPORTCLUBS, PERSONAL TRAINERS, KINEPRAKTIJEN ENZOVOORT. NAAST VERSCHILLENDE VOETBALCLUBS IN EIGEN LAND ZITTEN OOK NEDERLANDSE TOPCLUBS ALS AJAX, FEYENOORD, PSV EN TWENTE IN DE KLANTENPORTEFEUILLE VAN HET JONGE GENTSE BEDRIJF.

“HET WAS HARD WERKEN OM ONZE NOORDERBUREN TE OVERTUIGEN VAN ONS TOTAALCONCEPT.”

Stride Europe zag in 2014 het licht als verdeler van een Amerikaans merk van trainingsmateriaal. Maar sinds 2020 zetten de Gentenaars volop hun eigen label in de markt, waar ze een totaalconcept rond bouwden. Met succes, want de ene na de andere topper gaat overstag.

ELKE CLUB EEN SHOWROOM

Stride Europe is in verschillende Europese landen actief en nam recent nog een Canadese verdeler in de arm om de Noord-Amerikaanse markt te betreden. Key Account Manager Europe, **Leander Verbraeken**: “Het voorbije jaar steeg onze omzet met 40% over alle landen heen, gemiddeld bouwen we 3 clubs per week.”

En met elke nieuwe realisatie voegt Stride Europe een showroom toe voor zijn label, benadrukt hij: “Er passeert veel interessant volk in zo’n trainingscenter, van gastploegen en hun coaches tot sporters met kapitaal die dromen van een thuisgym. In eigen land organiseren we ook geregeld een tournee met prospects langs een aantal clubs. De eigenaars geven een rondleiding en getuigen over de samenwerking.”

VERTROUWEN OPBOUWEN

“Die mond-tot-mondreclame is veruit de beste promo voor ons totaalconcept. We zijn daarom een soortgelijke tournee aan het opzetten in de regio Rotterdam. Dat is een primeur voor de Nederlandse markt, waar veel opportuniteiten liggen. De deur naar het topvoetbal is er voor ons eerst opengegaan, via referenties in andere landen. Maar we

bouwen ook steeds vaker gymzalen voor ziekenhuizen en revalidatiecentra, hogescholen, stedelijke sportzalen of grote bedrijven.”

Het was hard werken om onze noorderburen te overtuigen, geeft de accountmanager toe: “Al zijn we burens, Nederlanders kopen nog altijd het liefst van Nederlanders. Daarom waren we zo gelukkig met onze eerste referentieprojecten bij topclubs en we sloten deals met complementaire, lokale partners binnen onze niche. Zo hebben we een partnership met een leverancier van luchtdruktoestellen en met een kennisplatform voor personal trainers. Door samen met hen een totaalproject aan te bieden, schep je het nodige vertrouwen.”

KAPITAALKRACHTIG PUBLIEK

Voor de komende jaren ziet de accountmanager de zakenkansen bij onze noorderburen rooskleurig in: “Vandaag zijn we enkel actief in de regio’s rond Rotterdam, Amsterdam en Utrecht. Het volledige noord- en zuidoosten van het land zijn nog blinde vlekken voor ons. Verder blijft de Nederlandse fitnessmarkt boomen. Steeds meer mensen trekken naar de gym omdat ze het belang inzien van beweging en een gezonde leefstijl.

Bovendien veroudert de bevolking overal in West-Europa. Dit doorgaans kapitaalkrachtige publiek is bereid om te investeren in persoonlijke begeleiding binnen een fitnessclub of zelfs in eigen trainingsmateriaal. De b2b-markt blijft onze hoofdfocus, maar onze b2c-afzet is ook gestaag aan het groeien.”

TESTIMONIAL

STEVIALA **MELISSA DUMON** ZAAKVOERDER

TOEN DE EU BIJNA 12 JAAR GELEDEN GROEN LICHT GAF VOOR ZOETSTOFFEN OP BASIS VAN STEVIA, RIJPTE BIJ **MELISSA DUMON** – ZELF DIABETES-PATIËNT – HET BUSINESSIDEE VOOR STEVIALA. VANDAAG GAAN HAAR STROOP- EN SUIKER-VERVANGERS EN TOPPINGS GRETIG OVER DE (DIGITALE) TOONBANK IN NEDERLAND.

“QUA ONLINE VERKOOP VAN VOEDINGSMIDDELEN LOOPT NEDERLAND STERK VOOROP.”

“Zonder de Nederlandse markt had ik nog niet zo ver gestaan met Steviala”, steekt zaakvoerder Melissa Dumon van wal. “Stilaan vinden onze producten ook hun weg naar Frankrijk, Spanje en andere Europese landen. En ik droom van uitbreiding richting Dubai, want daar is veel diabetes.”

DE KRACHT VAN E-COMMERCE

Maar 90% van de omzet draait Steviala in Nederland. Dat gebeurt binnen het circuit van de zelfstandige gezondheidswinkels, maar toch vooral via e-commerce. De Steviala-producten worden bij Belgische producenten vervaardigd en gaan vervolgens naar verpakkers in Nederland.

“Qua online verkoop van voedingsmiddelen loopt Nederland sterk voorop op ons land. Binnenkort zullen mijn producten daarom op twaalf extra marktplaatsen verkrijgbaar zijn.”

KLEINERE VERPAKKINGEN

Toch schakelde de zaakvoerder recent ook een vertegenwoordiger in om enkele Nederlandse supermarktketens te benaderen. “Vanuit twee grote ketens is er interesse voor onze stroopvervangers, fingers crossed!”

“Voor de supermarkten ontwikkelden we een assortiment van kleinere verpakkingen. In de eerste plaats voor mensen die onze producten nog niet kennen, maar ze graag willen uitproberen. Daarnaast willen we ons ook wapenen in de huidige crisistijden. Met kleinere volumes druk je nu eenmaal de stukprijs.”

BEWUSTE CONSUMENTEN

“Van vegan over koolhydraatarm tot allerhande intoleranties: Nederlandse consumenten zijn heel bewust bezig met de samenstelling van hun voeding en een gezonde leefstijl. In eigen land leven al die voedingshypes toch nog veel minder. Bovendien zijn Nederlanders bereid om een faire prijs te betalen voor een kwaliteitsproduct, in tegenstelling tot wat er soms beweerd wordt.”





WERKEN OVER DE GRENS: DE SPELREGELS VAN INTERNATIONALE TEWERKSTELLING

VEEL VLAAMSE BEDRIJVEN BELEVEN IN NEDERLAND HUN ALLEREERSTE EXPORTERVARING. DAT LIJKT EEN MAKKELIJKE STAP, MAAR QUA TEWERKSTELLING KOMT U PLOTS IN HET SPELVELD VAN DE INTERNATIONALE TEWERKSTELLING TERECHT. BIJ HET FIT-KANTOOR IN DEN HAAG STAAN VRAGEN HIEROVER DAN OOK MET STIP OP ÉÉN. **DAVID MAGNUS**, BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER BIJ SECUREX BELGIË, EN **BRAM LOONEN**, TEAMLEADER SALARISADMINISTRATIE BIJ SECUREX NEDERLAND, DOEN DE **DRIE BASISPRINCIPES** UIT DE DOEKEN EN BEANTWOORDEN VIJF VEELGESTELDE VRAGEN VAN EXPORTEURS.

“Zakendoen in Nederland voelt heel natuurlijk aan, zeker voor bedrijven in het grensgebied”, vertelt David Magnus. “Toch komt u fiscaal en sociaaljuridisch in een andere wereld. Of u nu één vertegenwoordiger voorzichtig de temperatuur laat opmeten of voluit gaat met een lokale Nederlandse entiteit: voor elk scenario moet u drie aspecten onderzoeken.”

1. SOCIALE ZEKERHEID: WAAR WORDEN DE RSZ-BIJDRAGEN BETAALD?

Europa heeft beslist dat werknemers socialezekerheidsbijdragen betalen in het land waar ze werken. Voor werknemers die afwisselend in verschillende lidstaten werken, geldt de 25%-regel. Let wel: vanaf begin juli zal dat percentage wellicht worden opgetrokken tot 50%, maar het is nog wachten op de officiële bevestiging.

David Magnus: “Zolang uw medewerkers die in België wonen 25% of meer van hun werktijd in ons land aan de slag zijn, blijven ze binnen het Belgische socialezekerheidsstelsel. Dat is sowieso ook het geval voor projecten met een doorlooptijd van minder dan twee jaar, zelfs als die zich volledig in het buitenland afspelen. Dan is er sprake van internationale detachering en blijven uw medewerkers gewoon in ons land RSZ-bijdragen betalen en omgekeerd.”

BELANGRIJK DOCUMENT: DE A1-VERKLARING

Daarin staat welke socialezekerheidswetgeving van toepassing is. De verklaring wordt afgeleverd door de socialezekerheidsinstanties in de lidstaat waarin de bijdragen worden betaald. In België is dat de Rijksdienst voor Sociale Zekerheid (RSZ). Uw medewerkers hebben dat document het best altijd op zak voor de sociale inspectie in Nederland.

2. FISCALITEIT: WAAR WORDEN DE INKOMSTEN BELAST?

Trekken uw medewerkers binnen een periode van 12 maanden minder dan 183 kalenderdagen naar Nederland om er te werken, dan blijft de Belgische loonbelasting meestal van toepassing. Zodra dat plafond bereikt is, gebeurt er een zogeheten ‘salary split’: het belastbare loon wordt uitgesplitst over de twee werkstaten.

Bram Loonen: “Die splitsing kan voordelig uitvallen voor uw medewerkers, want voor elk deel van het loon vallen ze in lagere belastingschijven. Medewerkers die 100% in Nederland werken, worden daar volledig belast, ongeacht het land waar ze wonen. Ook wanneer ze voor een Nederlands bedrijf werken of ten laste worden genomen door een Nederlandse entiteit – bijvoorbeeld in een systeem van doorfacturatie – zijn ze vanaf dag één belastbaar in Nederland.”

3. ARBEIDSRECHT: WELKE WETGEVING VOLGEN DE ARBEIDSCONTRACTEN?

Qua fiscaliteit en sociale zekerheid gelden er afspraken binnen de EU, maar op het vlak van arbeidswetgeving is er minder geregeld. Wel stelt Europa dat werkgevers de arbeidsvoorwaarden moeten naleven van het land waarin ze medewerkers tewerkstellen. Bij tewerkstelling in meerdere lidstaten moeten werkgevers de voorwaarden volgen die voor de werknemer het meest gunstig zijn.

Bram Loonen: “Het Nederlandse arbeidsrecht is op veel vlakken strenger dan het Belgische. Denk maar aan ontslagregelingen of werkgeversverplichtingen bij ziekteverzuim. Dus al heeft uw medewerker een arbeidscontract volgens Belgisch recht, dan nog kan hij of zij de Nederlandse regeling afdwingen voor de rechtbank wanneer die voor hem of haar gunstiger uitvalt. Anders gezegd: met aangepaste arbeidsovereenkomsten per land van tewerkstelling kan u veel problemen vermijden.”

BELGIË-NEDERLAND: 5 VEELGESTELDE VRAGEN BEANTWOORD

#1 MIJN NEDERLANDSE SALESMANAGER VRAAGT EEN ARBEIDSCONTRACT NAAR NEDERLANDS RECHT, MAAR WE HEBBEN ER GEEN JURIDISCHE ENTITEIT. IS DAT MOGELIJK?

Bram Loonen: "Dat is geen probleem, als werkgever maakt u per arbeidscontract zelf de rechtskeuze. Wel zal u uw bedrijf moeten aanmelden bij de Nederlandse belastingdienst. En die aanmelding komt met een aantal administratieve verplichtingen.

Belangrijk aandachtspunt is wel het contracttype. In België zijn contracten van onbepaalde duur heel gewoon, in Nederland valt het af te raden als instap voor een nieuwe medewerker. Bij ziekte heeft u als werkgever immers een betaalplicht van 104 weken en ook ontslagprocedures zijn veel strikter. Om die redenen is instappen met een tijdelijk contract gangbaar in Nederland. Pas na een periode van positieve samenwerking schakelt u dan over op een contract van onbepaalde duur. Let wel: u mag niet meer dan 3 contracten van bepaalde duur afsluiten over een periode van 3 jaar."

#2 STEL DAT SOMMIGE VAN MIJN MEDEWERKERS BINNEN HET NEDERLANDSE SOCIALE-ZEKERHEIDSTELSEL VALLEN, BOUWEN ZE DAAR DAN OOK PENSIOENRECHTEN OP?

Bram Loonen: "Jazeker. Let wel: werkgevers zijn niet altijd wettelijk verplicht om ook tussen te komen in een aanvullend pensioen. Die verplichtingen zijn volledig afhankelijk van de gesloten sector-cao. Welke regeling van tel is voor uw sector, vraagt u het best na bij uw sociaal secretariaat."

#3 WE ZIJN AL EEN TIJDJE ACTIEF IN NEDERLAND, MAAR WE HEBBEN ER GEEN JURIDISCHE ENTITEIT. ZIJN DAAR EIGENLIJK VOORDELEN AAN VERBONDEN VOOR DE TEWERKSTELLING VAN PERSONEEL?

David Magnus: "De meeste bedrijven die hun eerste stappen over de grens zetten, starten zo eenvoudig mogelijk, omdat ze de kat uit de boom willen kijken. Vlot de business en willen ze dieper de markt binnendringen, dan is een lokale vestiging een logische vervolgstap. In de eerste plaats omdat u dan als Nederlands bedrijf voor de dag komt. Maar ook omdat u als Nederlandse juridische entiteit zonder problemen verzekeringen kan afsluiten, een wagenpark uitbouwen bij een lokale leasemaatschappij, een Nederlandse payroll opstarten enzovoort."

#4 VÓÓR DE PANDEMIE PENDELDEN MIJN SALESMENSEN VEEL TUSSEN BELGIË EN NEDERLAND, MAAR TEGENWOORDIG WERKEN ZE MEER VAN THUIS UIT. HEEFT DAT EEN IMPACT OP DE 25%-REGELING VOOR HUN RSZ-BIJDRAGEN?

David Magnus: "Tijdens de lockdownperiodes met verplicht thuiswerk maakten de Belgische en Nederlandse overheid een uitzondering op de 25%-regel: verplicht thuiswerk telde niet mee. Maar die uitzonderingsregel loopt deze maand definitief af. In principe zal vanaf 1 juli het percentage opgetrokken worden van 25% naar 50%. Al is het nog wachten op de bevestiging welke landen de nieuwe regeling zullen toepassen."

#5 HOE WORDEN BEDRIJFSWAGENS BELAST ALS MIJN MEDEWERKERS DEELS IN NEDERLAND EN DEELS IN BELGIË AAN DE SLAG ZIJN?

Bram Loonen: "Via de salary split wordt het volledige loonpakket verdeeld over beide landen. Het basisloon, maar bijvoorbeeld ook firmawagens die privé worden gebruikt. Alleen wordt dit voordeel alle aard in Nederland een stuk zwaarder belast dan in België. Bijgevolg hebben veel minder Nederlandse medewerkers een auto van de zaak, behalve als ze die nodig hebben om hun werk uit te oefenen."

Fiscaal en sociaaljuridisch komt er heel wat kijken bij internationale tewerkstelling en de wetgeving is continu in verandering. Win dus zeker advies in bij uw sociaal secretariaat, want de gevolgen voor uw medewerkers kunnen groot zijn.

TESTIMONIAL

IN THE POCKET **JAN CALLIAUW** VP SALES & MARKETING

IN EIGEN LAND VERZAMELDE DIGITAL PRODUCT-STUDIO IN THE POCKET OP 12 JAAR TIJD EEN INDRUKWEKKENDE REFERENTIELIJST: DAIKIN, BARCO, PAYCONIQ, ITSME ... NA KANTOREN IN GENT, ANTWERPEN EN LEUVEN MAAKTE HET AGENCY BEGIN DIT JAAR DE SPRONG NAAR AMSTERDAM. VP SALES & MARKETING **JAN CALLIAUW**:

“MET GELIJKGESTEMDEN BETERE DIGITALE PRODUCTEN ONTWIKKELEN.”

“We zijn al een paar jaar actief in Nederland, Frankrijk en Duitsland, maar eerder versnipperd. Omdat we wilden opschalen binnen één exportmarkt, moesten er knopen worden doorgehakt. We beslisten om ons te concentreren op één markt en er ook meteen in te investeren.

Naast de gemeenschappelijke taal en de nabijheid is Nederland een heel mature softwaremarkt. We waren overtuigd – en dat is intussen bevestigd – dat we er gelijkgestemden zouden vinden om samen betere digitale producten te ontwikkelen.”

INTERNATIONALE REFERENTIEKLANTEN UITSPELEN

“We richtten een lokale entiteit op met een kantoor in Amsterdam en wierven er een country lead aan. Begin dit jaar was In The Pocket Nederland een feit. Voorlopig krijgt onze country lead alle nodige ondersteuning vanuit onze Belgische sales- en marketingorganisatie. Op termijn zal ze een lokaal team rond zich verzamelen van onder meer strategen, architecten en commerciële profielen.

Sinds dit voorjaar storten het Belgische salesteam en onze Nederlandse country lead zich volop op prospectie. In The Pocket werkt voor veel bekende Europese bedrijven en ook spelers als TP Vision of KBC zijn natuurlijk bekend in Nederland. Die bezorgden ons een vliegende start: snel konden we kennismakingsgesprekken opzetten en zelfs eerste samenwerkingen opstarten.

BOUWEN AAN MERKBEKENDHEID

“Daarnaast investeren we tijd in de versterking van onze naamsbekendheid. In België zijn we ‘wereldberoemd’: nieuwe klanten contacteren ons om samen te werken. Bij veel Nederlandse bedrijven, daarentegen, doet In The Pocket nog geen belletje rinkelen. Bovendien is de samenwerking met onze Nederlandse klanten pril, ze zijn nog geen echte ambassadeurs.

Daarom zijn we gestart met een reeks kleinschalige en exclusieve inspiratieavonden. We nodigen telkens 15 Nederlandse decisionmakers binnen onze branche uit en laten klanten en internationale sprekers aan het woord in een goed restaurant. De eerste 2 edities waren een succes.

Het Amsterdamse kantoor uitbouwen tot een volwaardige In The Pocket-studio vraagt tijd, energie en volharding. Dat wisten we op voorhand en we hebben het ingecalculleerd. Maar intussen zitten we op het juiste spoor om een mooie Nederlandse klantenportefeuille uit te bouwen.”



TESTIMONIAL

VILARTE **VEERLE CLAERHOUT** EN **PIETER DE VYLDER** OPRICHTERS

TWEE HANDELSINGENIEURS MET EEN VOORLIEFDE VOOR DESIGN, ZO OMSCHRIJVEN VILARTE-OPRICHTERS **VEERLE CLAERHOUT** EN **PIETER DE VYLDER** ZICHZELF OP HUN WEBSITE. MET HUN LUXUEUZE TUINPAVILJOENEN OP MAAT KRIJGEN ZE WEERKLANK IN BINNEN- EN BUITENLAND. VOORAL DE HOTELMARKT LONKT.

“HET MINIMALISTISCHE DESIGN VAN ONZE PAVILJOENEN SLAAT AAN IN NEDERLAND.”

“Het idee voor Vilarte ontstond in volle coronalock-down”, vertelt Veerle Claerhout. “Het zag er naar uit dat telewerken een blijver zou worden, dus begonnen mensen een tuinkantoor te overwegen. Of ze wilden net een vakantiegevoel oproepen in hun eigen tuin. Dat kan allemaal met onze paviljoenen: tuinkamer, hobby- of yogaruimte, logeerkamer enzovoort.”

OPGEPIKT DOOR DESIGNPERS

“Het ontwerp is van de hand van Stefan Schöning”, vervolgt ze. “Hij koos voor een minimalistische structuur van staal en glas die kan worden aangepast volgens de wensen van de klant. Voor de bouw werken we samen met partners uit de regio. De structuur wordt modulair samengesteld en in het atelier voorbereid. Zo kan het opzetten van de modules ter plaatse vrij snel en met een klein team.”

Vilarte werd opgepikt door de internationale designpers en vrijwel meteen toonde een hotel op het Griekse Santorini interesse. Vandaag ligt er dan weer een vraag uit de VS op de tekentafel van Vilarte. Toch blijft de focus van de zaakvoerders op onze buurlanden liggen. Veerle Claerhout: “Tijdens de Exportbeurs van FIT leerde ik hun landenexperts in Den Haag kennen. Zij deden research voor ons en wezen ons de weg naar relevante events en promokanalen.”

EXCLUSIEF LOGEREN IN DE NATUUR

“We voelen dat ons minimalistische design aanslaat in Nederland, misschien nog meer dan in eigen land. Nederland kan je makkelijk rechtstreeks benaderen. We gaan gewoon ter plaatse en zitten met de klant rond de tafel tot het resultaat helemaal aan de verwachtingen voldoet. Zo werken wij het liefste, het is niet onze bedoeling om sterk op te schalen met Vilarte. Met een tiental mooie referentieprojecten per jaar zijn we perfect gelukkig.”

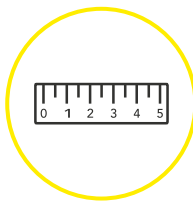
“De interesse vanuit de hotelwereld vonden we eigenlijk verrassend”, geeft Veerle Claerhout toe. “Maar ons paviljoen past blijkbaar perfect binnen de trend van exclusief logeren midden in de natuur. Die hotelmarkt gaan we voortaan veel gericht bewerken. Zo namen we in het voorjaar in Amsterdam deel aan een beurs voor hoteleigenaars. We oogstten er veel enthousiaste reacties en volgen nu alle leads nauwgezet op.”

Vilarte werkt op dit moment aan drie hotelprojecten in Nederland. Allemaal op unieke locaties, maar waar precies blijft nog even geheim. Veerle Claerhout: “Die paviljoenen zijn ons uithangbord en zullen voor nieuwe business zorgen binnen de hotelbranche. Maar we verwachten evengoed effect op de particuliere markt, want ook elke hotelgast is een potentiële klant voor ons.”

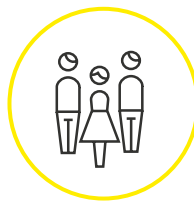


FACTSHEET NEDERLAND

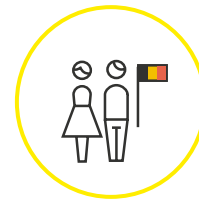
FLANDERSTRADE.BE



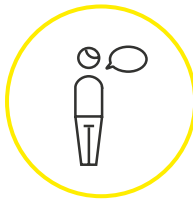
Oppervlakte
41.543 km²
(= 1,4 x België)



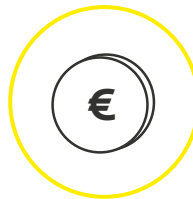
Aantal inwoners
17,8 miljoen



**Aantal ingeschreven Belgen
in Nederland: 41.696 (2022)**



Officiële taal
Nederlands

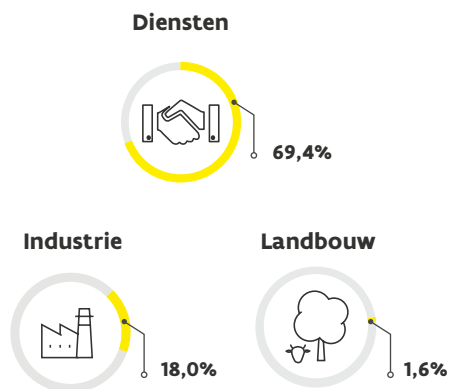


Munteenheid
Euro



**Nederland haalt opnieuw top 3 in
EU-studie Digital Economy and
Society Index 2022 (DESI).**

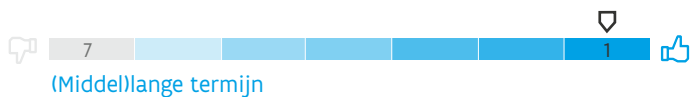
Aandeel economische sectoren in bbp



Risico van ondernemingsklimaat



Politiek risico



Commercieel risico (van C tot A)



Top 5 Vlaamse exportproducten naar Nederland € 74 miljard (2022)

- 40,07% Minerale producten
- 13,94% Chemie en farma
- 6,75% Onedele metalen
- 6,69% Transportmaterieel
- 6,48% Machines en mechanica

Top 5 Vlaamse importproducten uit Nederland € 96,9 miljard (2022)

- 48,64% Minerale producten
- 13,22% Chemie en farma
- 8,85% Machines en mechanica
- 5,30% Voeding en dranken
- 4,73% Onedele metalen

VIND VLOT UW WEG IN HET FINANCIERINGS- DOOLHOF

“DE GELDPOT IS SNEL LEEG. ALS START-UP ZOEK JE ALTIJD NAAR EEN VOLGENDE FINANCIERINGSKANS”, VERTELT ERICH REITER VAN HET LEUVENSE SAY IT LABS. HET EUROPESE FINANCIERINGSLANDSCHAP BIEDT HEEL WAT MOGELIJKHEDEN, MAAR DIE ALLEMAAL ONDERZOEKEN KOST HEEL WAT TIJD EN MOEITE. DAAROM REKENEN SNELGROEIENDE BEDRIJVEN ZOALS SAY IT LABS OP ENTERPRISE EUROPE NETWORK OM HEN TE GIDSEN NAAR DE JUISTE EVENTS, PARTNERS EN FINANCIERINGSVORMEN.



VOORTDURENDE ZOEKTOCHT

Van financieel advies over subsidies, voordelige leningen, risicokapitaal tot belastingverminderingen – zowel de Vlaamse, federale als Europese overheden bieden tal van steunmaatregelen voor bedrijven. De juiste financiering op het juiste moment bepaalt mee of een onderneming het maakt of kopje onder gaat, zeker bij start-ups. Onderzoek en ontwikkeling, een team uitbouwen, marketing op poten zetten ... Een eerste geslaagde kapitaalronde dekt veelal de lading niet, waardoor ze al snel opnieuw op zoek moeten naar financiering.

Zo is het ook voor Say It Labs. Als spin-off van de VUB en imec ontwikkelt de Leuvense start-up AI-gestuurde spraakherkenningstechnologie. Die combineert het bedrijf met doeltreffende oefenmethoden uit de logopedie tot interactieve videospelletjes die mensen met spraakstoornissen helpen om hun spraak te verbeteren.

Mede-oprichter **Erich Reiter** vertelt: "Bij onze opstart in 2019 kregen we steun van de Koning Boudewijnstichting en business angels, privé-investeerders die geloofden in ons businessplan. Daarna haalden we kapitaal op bij onder meer het Vlaams Audiovisueel Fonds en VLAIO. Het merendeel daarvan ging naar R&D, want de videogames vragen meerdere ontwikkelings- en testfasen en zijn gebaseerd op uitvoerig neurologisch, biologisch en taalkundig onderzoek."

Maar Say It Labs vond natuurlijk geen bodemloze pot met goud. Nu het bedrijf zijn eerste videogame in de markt zet, heeft het ook budget nodig voor marketing en sales.

ENTERPRISE EUROPE NETWORK, THUIS IN FINANCIERING

Om extra financiering op te halen, klopte Say It Labs aan bij Enterprise Europe Network Vlaanderen. De baanbrekende technologie zette onze experts meteen op het spoor van de **EIC Accelerator**. Dit Europese subsidieprogramma voor bedrijven met veel groeipotentieel en marktgerichte innovaties is berucht om zijn strenge selectieprocedure. Erich: "Met de hulp van Enterprise Europe Network Vlaanderen raakten we door de eerste ronde. Maar met de lijvige vragenlijst van de tweede ronde wisten we de strenge jury nog niet te overtuigen. Wel kregen we een uitnodiging om die te herwerken en opnieuw in te dienen. We geven dus niet op. Samen met adviseur Magali Parent en haar team gaan we aan de slag met de feedback om binnenkort opnieuw onze kans te wagen."

Naast de EIC Accelerator wist Enterprise Europe Network Vlaanderen Say It Labs te begeleiden naar andere, minder gekende financieringspistes. "Zo ontdekten we **EuroQuity**, een online matchmakingplatform voor groeiende bedrijven en investeerders. Zij organiseerden een **'Pitch Walk'** waar we met veel plezier aan deelnamen. In een bos in Ottignies-Louvain-la-Neuve wandelden investeerders langs de beursstanden van vijftien start-ups die zo om de beurt hun project konden pitchen. Een unieke ervaring mét een goeie afloop: we haalden er een investering binnen!"

Daarnaast introduceerden onze adviseurs Erich en zijn team bij het **FINMIX-traject van VLAIO**. Daarin geeft een panel van financieringsexperts – van o.a. banken, PMV en VLAIO – advies

over de meest geschikte financieringsmix op basis van uw businessplan en financieel plan. "Zo kwamen we uit bij een **PMV-lening met een voordelige rentevoet**, die je bovendien pas na drie jaar begint af te betalen: de 'Cofinanciering voor innovatieve starters'."

De lening dient om marketing- en salesactiviteiten op te bouwen, precies wat Say It Labs nodig had dus. Gelukkig verliep de aanvraagprocedure vlot. Erich: "Afgelopen december dienden we onze aanvraag in, en in februari kende PMV ons de lening toe. Ondertussen zijn we volop gestart met de marktintroductie van Stutter Stars, zowel bij bedrijven als particulieren, en bouwen we aan zichtbaarheid op sociale media."

"We staan op een belangrijk keerpunt met ons bedrijf. Nu moeten we voldoende kapitaal blijven opbouwen om verder te groeien, zowel in de VS, Vlaanderen als andere Europese markten. Het is niet makkelijk om je weg te vinden in het financieringslandschap, maar als je samenwerkt met Enterprise Europe Network Vlaanderen, sta je er niet alleen voor. De adviseurs denken en zoeken met ons mee, en dat is een geruststelling", besluit Erich.

STUTTER STARS HELPT STOTTERENDE KINDEREN

"Veel stotterende kinderen gaan naar een logopedist om hun spraakvermogen te verbeteren", licht Erich toe. "Ze boeken traag vooruitgang, omdat ze meestal maar een keer per week langsgaan. Veel oefenen maakt nochtans een wereld van verschil."

Om hen sneller van het stotteren af te helpen, lanceerden Erich en mede-oprichter Lukas Latacz in mei 2023 de videogame 'Stutter Stars'. Met hun stem als joystick besturen kinderen de personages in het avontuurspel. Door woorden uit te spreken, op de juiste manier adem te halen of een bepaalde toonhoogte te bereiken, bijvoorbeeld, overwinnen ze obstakels of vervullen ze opdrachten. Zo worden ze gestimuleerd om zelfstandig te oefenen. Dankzij de vernuftige AI-technologie krijgen ze zelfs meteen feedback, net zoals bij de logopedist.

Erich: "Op dit moment loopt er een testproject bij twee Amerikaanse schooldistricten, zo'n twintig scholen, en we verwachten dat er nog twee districten aansluiten voor de zomer. De eerste resultaten zijn alvast geweldig. Het enthousiasme van de kinderen motiveert ons om een versnelling hoger te schakelen. Dat doen we dan ook door Stutter Stars volop in de markt te zetten."

OOK EEN GIDS NODIG IN HET EUROPESE FINANCIERINGSLANDSCHAP?

Neem contact op met Magali Parent via magali.parent@vlaio.be. Zij en haar collega's leggen alle opties op tafel.

FLANDERS INTERNATIONAL BUSINESS WEEKS IN SEPTEMBER

GRAAG SPARREN MET EEN EXPERT OVER UW INTERNATIONALISERINGSPLANNEN? MARKEER DAN DE FLANDERS INTERNATIONAL BUSINESS WEEKS MET STIP! IN DE WERKWEKEN VAN 11 EN 25 SEPTEMBER KAN U MET ONS GLOBALE NETWERK SPREKEN. DE LANDENEXPERTEN EN TECHNOLOGIEATTACHÉS UIT ONZE BUITENLANDSE POSTEN EN ONZE ADVISEURS EN SUBSIDIEKENNERS ZAKKEN DAN AF NAAR ALLE VLAAMSE PROVINCIES.

**DE HOOGMIS
VOOR AL WIE
INTERNATIONAAL
ONDERNEEMT!**

Overweegt u om te exporteren naar China, Italië, Zuid-Afrika of ...? Vul zelf gerust aan, over zowat elke economisch kansrijke bestemming ter wereld heeft FIT expertise in huis. En daarmee bedoelen we niet alleen theoretische kennis, maar ook – en vooral – ervaring uit de praktijk. Dankzij ons brede internationale netwerk kennen we als geen ander de situatie, opportuniteiten, obstakels en economische hoofdrolspelers ter plaatse.

En daar kan u uiteraard de vruchten van plukken. Daarom tekenen zowel onze provinciale vertegenwoordigers als de FIT-experts uit onze buitenlandse posten present op de Flanders International Business Weeks.

Flanders International
**Business
Weeks** / 2023



3 TOPREDENEN OM IN TE SCHRIJVEN

1. EEN-OP-EENGESPREKKEN MET SPECIALISTEN UIT ONS GLOBALE NETWERK

Onze experts geven u een relevante inkijk in de doelmarkt waar ze wonen en werken. Dat maakt hen ideaal geplaatst om u advies op maat te geven. Wie verschillende exportbestemmingen wil verkennen, boekt verschillende afspraken – snel en efficiënt! Was u eigenlijk op zoek naar nuttige tips rond de Vlaamse ecosystemen? Onze adviseurs staan paraat.

2. BOEIENDE SEMINARIES OVER SPECIFIEKE MARKTEN EN ACTUELE TOPICS ROND INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

Elke dag kan u twee seminars bijwonen over een land of regio onder leiding van de betrokken landenexpert(en). Dankzij de interactie met de sprekers en andere deelnemers, verzamelt u een schat aan bruikbare info om met kennis van zaken uw ambities waar te maken.

3. NETWERKEN IN DE HOOGSTE VERSHELLING

Zonder sterk netwerk zijn uw ambities om internationaal te ondernemen al bij voorbaat gedoemd om te mislukken. Grijp daarom deze kans om uitgebreid te netwerken en uw ideeën af te toetsen met landenexperts, adviseurs Internationaal Ondernemen, areamanagers, accountmanagers Invest en collega-exporteurs.



Flanders International
Business
Weeks /2023



PRAKTISCHE INFO

De landenexperts en technologieattachés komen gegroepeerd volgens regio naar de provinciehoofdsteden, telkens op een centraal gelegen locatie, die vlot bereikbaar is met het openbaar vervoer.

11 TOT EN MET 15 SEPTEMBER

Oost-Azië, Zuidoost-Azië en Oceanië

–
Afrika & Midden-Oosten

–
Amerika

26 TOT EN MET 29 SEPTEMBER

Zuid-Europa, Noord-Europa,
Centraal- en Oost-Europa

DEELNEMEN IS GRATIS, MAAR INSCHRIJVEN IS VERPLICHT.

WWW.INTERNATIONALBUSINESSWEEKS.BE

BEURZEN

2 DUBAI AIRSHOW

13 tot en met 17 november 2023

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 juni 2023

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

3 GAMESCOM - KEULEN

23 tot en met 27 augustus 2023

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 juni 2023

CONTACT? Jan Huysentruyt, +32 2 504 88 06,
jan.huysentruyt@fitagency.be

4 NORDIC LIFE SCIENCES DAYS - KOPENHAGEN

29 tot en met 30 november 2023

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 juni 2023

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

5 THE BIG 5 - DUBAI

4 tot en met 7 december 2023

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 juni 2023

CONTACT? Kurt Vleminckx, +32 2 504 88 03,
kurt.vleminckx@fitagency.be

**VRAGEN OVER
INTERNATIONAAL
ONDERNEMEN?**

STEL ZE AAN ONZE PROVINCIALE KANTOREN!

Antwerpen > +32 3 203 55 70

antwerpen@fitagency.be

Limburg > +32 11 27 86 40

limburg@fitagency.be

Oost-Vlaanderen > +32 9 216 66 70

oostvlaanderen@fitagency.be

Vlaams-Brabant > +32 16 21 11 50

vlaamsbrabant@fitagency.be

West-Vlaanderen > +32 50 23 51 20

westvlaanderen@fitagency.be

BEGELEIDINGSTRAJECT

1 START2EXPORT2 CHINA

20 tot en met 26 november 2023

INSCHRIJVEN? Tot en met 18 juni 2023

CONTACT? Annalin Van Biesen, +32 2 504 88 02,
annalin.vanbiesen@fitagency.be

2+5

1

INSCHRIJVEN?

www.flanderstrade.be

شكرا

БЛАГОДАРЯ ВИ

OBRIGADO

TERIMA KAS

MERCI

GRACIAS

THANK YOU

DANKE

ありがとう

BEDANKT

ধন্যবাদ

15

15. zoveel jaren heeft Wereldwijs op de teller. Op die tijd bouwde ons maandelijkse printmagazine een mooi publiek op: Vlaamse exporterende bedrijven op zoek naar informatie en inspiratie om nog verder te gaan. Ruim 164 internationaliseringskampioenen - klein en groot - deelden hun verhaal met meer dan 10.000 abonnees. Zowat alle kansrijke markten werden uitgebreid toegelicht door experts en bedrijfsleiders met ervaring ter zake. Opvallende exportprestaties kregen een plek in de schijnwerpers en ook onze acties en events werden kort aangekondigd.

Die nood aan informatie en inspiratie leeft nog altijd, evenals uw enthousiasme om uw succesverhalen te delen. Tegelijk blijft onze wil om u te informeren, inspireren en adviseren onverminderd groot.

Maar net zoals alle bedrijven moeten ook wij geregeld onze koers bijsturen. Dat hebben we voor FIT gedaan met een versterkte en bredere positionering, nu is het tijd voor Wereldwijs. Want ondanks een positief lezersonderzoek vorig jaar, willen we ook de bedrijven aanspreken die we nu nog niet bereiken met dit printmagazine. Zodat onze communicatie weer helemaal in lijn ligt met onze organisatie en relevant is voor ons hele publiek.

Dat u ons nog hoort, daar mag u zeker van zijn. Maar het hoe, waar en wanneer, daarover buigen we ons momenteel. Ondertussen staan uiteraard de deuren van FIT wagenwijd open! Ook via onze nieuwsbrief en sociale media blijven we communiceren. Stay tuned for more ...

Het Wereldwijs-team



DESTINATION **TOMORROW** REGISTRATION **TODAY**

Zoekt u inspiratie of een klankbord voor uw internationaliseringsplannen?
Mis dan de Flanders International Business Weeks niet!
Van 11 t.e.m. 15 en van 25 t.e.m. 29 september trekt FIT naar alle provinciehoofdsteden!

Boek drie keer winst voor uw export:

1. U toetst uw plannen af tijdens een-op-een-gesprekken met onze specialisten uit het globale FIT-netwerk.
2. U volgt interessante seminaries over specifieke landen, regio's en actuele topics rond internationaal ondernemen.
3. U breidt uw netwerk uit met experts uit het FIT-ecosysteem en collega-ondernemers.

Deelnemen is gratis, maar inschrijven is verplicht
op www.flandersinternationalbusinessweeks.be!

Flanders Investment & Trade

