

# C\*NNECT

MAGAZINE

Editie 28 - april 2025



Onderneming in de kijker:  
**SHINN CARE**



# VAN MEDISCHE NOOD NAAR INNOVATIEVE ZORG: DE GEBOORTE VAN SHINNCARE

## PARTNERS IN INNOVATIE

ShinnCare ontstond uit een medische nood die gynaecoloog en medeoprichter Karl-Filip Smet's vader in zijn praktijk tegenkwam. Hij miste een effectief product voor vulvaire huidproblemen en besloot zelf een oplossing te ontwikkelen. Wat begon als een kleinschalig idee om patiënten te helpen, groeide al snel uit tot een veel grotere uitdaging. De complexe regelgeving, verzekeringen en veiligheidsnormen maakten duidelijk dat er meer nodig was om het product breder beschikbaar te maken.

Karl-Filip, zelf geen arts maar wel geboeid door de medische sector en het ondernemerschap, zag meteen het potentieel. Met zijn achtergrond als beleidsadviseur wist hij als geen ander hoe belangrijk een goed onderbouwde aanpak was. Samen met een team van experts én Aude Helleputte besloot hij het product professioneel op de markt te brengen. De combinatie van medische expertise, wetenschappelijk onderzoek en een duidelijke missie vormde de basis voor ShinnCare. Vandaag biedt het bedrijf

een innovatief gamma intieme verzorgingsproducten die inspelen op reële noden tijdens de zwangerschap en menopauze. Door de nauwe samenwerking met zorgverleners en de focus op kwaliteit en gebruiksvriendelijkheid, wil het merk een gamechanger worden binnen de intieme verzorgingssector.







KARL-FILIP EN AUDE  
CEO & COO

## EXPERTISE EN INNOVATIE

Karl-Filip brengt zijn juridische en economische achtergrond samen met de medische expertise uit zijn familie om innovatieve oplossingen te ontwikkelen. Aude vult dit perfect aan met haar uitgebreide ervaring in de cosmeticasector. Na meer dan tien jaar bij L'Oréal in

sales, marketing en brandstrategie, zet ze nu haar kennis in om Shinnicare succesvol in de markt te zetten. Samen bouwen ze aan een merk dat niet alleen wetenschappelijk onderbouwd is, maar ook een sterke commerciële visie heeft.

## MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

Shinnicare staat voor innovatieve en doeltreffende intieme verzorging, speciaal ontwikkeld voor vrouwen die ongemakken ervaren. “Wij willen méér zijn dan een merk; we streven ernaar een levenslange partner te worden voor elke vrouw. Onze focus ligt vandaag op de zwangerschap en menopauze, maar we willen ook de periode daartussen ondersteunen en zo een brug slaan tussen de verschillende levensfasen.

Duurzaamheid en innovatie staan centraal in alles wat we doen. Onze producten worden ontwikkeld met respect voor mens en milieu, waarbij we kiezen voor efficiënte formules met natuurlijke ingrediënten en gebruiksvriendelijke verpakkingen. We geloven dat intieme verzorging niet alleen effectief, maar ook veilig en duurzaam moet zijn. Door voortdurend te luisteren naar vrouwen en samen te werken met medische professionals, ontwikkelen we oplossingen die écht een verschil maken” dixit Karl-Filip.



## SUBSIDIES EN ONDERSTEUNING: EEN SPRINGPLANK VOOR INNOVATIE

Shinnicare kon rekenen op strategische financiële ondersteuning om hun groei te versnellen. Dankzij een achtergestelde lening via PMV, aangevuld met steun van een private bank en een investeerder, kreeg het bedrijf de nodige kapitaalinjectie. Daarnaast werd hun groeiproject rond internationalisering en e-commerce deels gesubsidieerd via een kmo-groeisubsidie van VLAIO. Met de hulp van FIT zetten ze nu verdere stappen richting buitenlandse expansie.



## DE CRUCIALE ROL VAN DE ACCOUNTANT

Voor Shinnicare is een betrouwbare accountant onmisbaar in hun groeiverhaal. Hun accountantskantoor VGD speelde een sleutelrol bij het opstellen van rapporten voor de kapitaalronde, wat snelheid en nauwkeurigheid vereiste.

Daarnaast maakten ze via de KMO-portefeuille een analyse om het meest geschikte CRM-systeem te kiezen. Deze strategische begeleiding zorgt ervoor dat Shinnicare gefundeerde beslissingen kan nemen en klaar is voor verdere professionalisering.



## TOEKOMSTGERICHTE AMBITIES

Shinnicare zet dit jaar een grote stap voorwaarts met de aanwerving van hun eerste medewerker, een mijlpaal in hun groei. De focus ligt nu op de verdere ontwikkeling van hun distributiestrategie in Europa. Door hun netwerk uit te breiden en strategische partnerships aan te gaan, willen ze hun innovatieve intieme verzorgingsproducten breder toegankelijk maken. Hun doel? Een duurzame en sterke aanwezigheid in de Europese markt uitbouwen.





## CONCLUSIE

ShinnCare heeft dankzij strategische ondersteuning en begeleiding een stevige basis kunnen leggen voor verdere groei. De kapitaalronde, mogelijk gemaakt door een achtergestelde lening van PMV, aangevuld met financiering via een private bank en een investeerder, gaf het bedrijf de nodige slagkracht om hun ambities waar te maken. Daarnaast speelde de kmo-groei-subsidie een cruciale rol in hun internationaliseringsstrategie, waarbij 50% van hun project rond e-commerce in het buitenland werd gesubsidieerd. Met de hulp van FIT konden ze hun website twee keer laten vertalen en beurzen in het buitenland bezoeken om hun merk internationaal op de kaart te zetten. Via de kmo-portefeuille investeerden ze verder in professionele ontwikkeling en bedrijfsoptimalisatie. Netwerk Ondernemen bood hen waardevolle inzichten en connecties,



waardoor ze groeiden als ondernemers. Een bijzonder leerzaam traject was hun deelname aan FINMIX, georganiseerd door VLAIO. Dit bood ShinnCare de kans om hun financieringsstrategie te testen bij een panel van experts. De ondersteuning van VLAIO en de begeleiding via verschillende netwerken hebben hen niet alleen geholpen bij financiering, maar ook bij de professionalisering en toekomstbestendige uitbouw van hun onderneming.