

Op zoek naar het bedrijf met ‘Het Product van West-Vlaanderen’. Kandidaat 1: Sundo en de SMOTspot

 made-in.be/west-vlaanderen/op-zoek-naar-het-bedrijf-met-het-product-van-west-vlaanderen-kandidaat-1-sundo-en-de-smotspot

Karel Cambien

November 16, 2025

KORTRIJK - Deze week stellen we u één voor één de kandidaten voor die in aanmerking komen voor 'Het Product van West-Vlaanderen'. Vandaag: de succesrijke Kortrijkse start-up Sundo die in het openbaar domein uitpakt met dispensers die zonnecrème ter beschikking stellen voor een breed publiek. Preventieve gezondheidszorg van het beste soort.

“SMOTspot is een slimme dispenser voor zonnecrème, gemaakt voor de openbare ruimte, grote events en andere druk bezochte plaatsen”, aldus Jacob Leysen, één van de jonge ondernemers achter Sundo. “In België werken we samen met maatwerkbedrijf Optima T voor de assemblage, een keuze die 100% in lijn ligt met de visie van Sundo. Het idee vond zijn oorsprong bij de apotheek van de vrouw van Frederic Vannieuwenborg, één van de mede oprichters. Daar zaten mensen vaak in de zon maar we zagen hen slechts bitter weinig smeren of de schaduw opzoeken. Daar wilden we iets aan doen en we dachten aan een oplossing die de gezonde keuze voor de mensen makkelijker moest maken. De SMOTspot is daar het gevolg van.”

Sundo was de eerste die met dit concept voor de dag kwam. “We hebben niet enkel dit specifieke product (de zonnecrème dispenser) uitgevonden maar ook een volledig nieuwe markt”, zeggen de jonge ondernemers. “Inmiddels kan je onze oplossing in 8 landen terugvinden en binnenkort zullen dat er nog veel meer zijn. De combinatie van een echte uitvinding en de internationale schaal is wat ons zeer fier maakt.”

Maatschappelijke missie

Sundo heeft 3 groepen van klanten. De eerste zijn cosmeticamerken met een eigen zonnecrème. Er wordt samengewerkt met merken als Nivea, La Roche Posay en Ray (Belgisch). De tweede groep zijn grote corporates die op een positieve manier aan marketing willen doen. Klanten zijn onder meer AG Insurance, Sunweb en Generali. De laatste groep zijn overheden. Denk daarbij aan steden en gemeenten zoals Kortrijk, Rotterdam en Basel.

Sundo wil een bedrijf zijn met een maatschappelijke missie. 1 op 5 Belgen ontwikkelt een vorm van huidkanker voor hun 75^{ste} en daar wil de start-up verandering in brengen. “Om deze missie te bereiken ontwikkelen we verschillende producten waaronder 3 soorten zonnecrème dispensers voor verschillende soorten klanten”, aldus Jacob Leysen. “We zijn op vandaag met een 15 collega's die zich elke dag inzetten voor Sundo. Dat is een behoorlijk team voor een seizoensgebonden product als het onze, maar de wereld veranderen doe je natuurlijk niet alleen. We proberen maatschappelijk verantwoord ondernemen terug te brengen in elke bedrijfskeuze, niet enkel in onze missie. Zo doen we onze assemblage in samenwerking met

een maatwerkbedrijf (Optima T) en kiezen we steevast voor duurzame materialen bij de ontwikkeling van onze producten. Het maakt ons fier om onze producten terug te vinden op enkele van de leukste plaatsen en momenten van Europa. Dit gaat van pretparken zoals het Belgische Bobbejaanland en Movie Park in Duitsland over de weide van Rock Werchter tot het circuit van Monza tijdens de Formule 1 GP van Italië.”