

WERELDWIJS

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

122

09 \ 2019

YÜGEN

TREKT EUROPA IN MET
GENTSE KOMBUCHA

NIGERIA

AFRIKAANSE
MASTODONT
HERLEEF

DOSSIER
LEEUW VAN DE
EXPORT 2019

EDITO

NIET ALLEEN VOOR DE LEEUWEN LIGT DE WERELD BINNEN HANDBEREIK

Beste lezer,

Hopelijk heeft u genoten van een deugddoende vakantie en zijn de batterijen weer volledig opgeladen! Bij ons is dat helemaal het geval. En maar goed ook, want september is de maand van de Leeuw van de Export. Deze wedstrijd organiseren we al voor het 18e jaar op rij. In een notendop: Vlaamse bedrijven die de voorbije jaren sterk en duurzaam hebben gescoord in export, kunnen daarvoor een prijs winnen. En die blijkt een unieke troef voor de internationale reputatie en employer branding van de titelhouders.

Wie gaat dit jaar met de award naar huis? Luminex Network Intelligence, Ontoforce, PolySto, Construx, MARELEC Food Technologies of Sioen Industries? Dat blijft geheim tot 18 september. Ook u kan bij deze feestelijke onthulling in Bokrijk zijn. We verwelkomen u trouwens met veel plezier. Elke gelegenheid om u te ontmoeten, grijpen we met beide handen. Hoe u zich van een zitje verzekert, leest u verderop.

Het spreekt voor zich dat deze editie van Wereldwijs in het teken staat van de Leeuw van de Export. Meer zelfs, we halen er ook de rest van de Big Five bij. Dat lijkt nu wellicht wat cryptisch, maar als u in ons sponsordossier duikt, wordt alles duidelijk.

In het volgende nummer portretteren we uitgebreid onze nagelnieuwe Leeuwen van de Export. Na Nigeria vliegen we dan naar Oostenrijk in ons landendossier. U merkt het, de wereld ligt binnen handbereik. En FIT helpt u die te veroveren. Spring binnen in ons provinciaal kantoor in uw buurt – of spreek ons aan op 18 september – en ontdek hoe we u van dienst kunnen zijn.

Claire Tillekaerts
Gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade

COLOFON

WERELDWIJS IS EEN UITGAVE VAN

FLANDERS INVESTMENT & TRADE

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

www.flanderstrade.be
wereldwijs@fitagency.be

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

09/2019 **122**

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Claire Tillekaerts
Koning Albert II-laan 37
1030 Brussel

REDACTIE

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

FOTO'S

imagedesk.be, Getty Images en Shutterstock

LAY-OUT EN DRUK

Vanden Broele Productions

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

WERELDWIJS

wordt gratis verspreid onder bedrijven.

WENST U EEN EXEMPLAAR?

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





TOETS JE
VERMOEDEN OVER
MARKTPOTENTIEEL
AAN HARDE
CIJFERS EN DATA.

10 DOSSIER

NIGERIA

Afrikaanse mastodont herleeft

8 TELEX

16 MARKTINFO

17 LEEUW VAN DE EXPORT 2019

Maak kennis met de genomineerden

24 LEEUW VAN DE EXPORT 2019

Ontdek de kenmerken voor een trefzekere exporteur

33 EHBIO

Eerste Hulp bij Internationaal Ondernemen

36 ENTERPRISE EUROPE NETWORK

38 KALENDER



ID

YÜGEN in cijfers (2018)

Sector: drankensector

Opgericht in: 2017

Hoofdkantoor in: Gent

Aantal voltijdse medewerkers: 4

Aanwezig in: Frankrijk en Nederland



YÜGEN

TREKT EUROPA IN MET GENTSE KOMBUCHA

EXACT 2 JAAR GELEDEN OPENDE EEN NIEUWE MICROBROUWERIJ-BAR HAAR DEUREN AAN DE LOUSBERGSKAAI IN GENT: YÜGEN. GEEN ARTISANAAL BIER DEZE KEER, MAAR WEL KOMBUCHA. DE GEFERMENTEERDE THEE BLEEK METEEN EEN SCHOT IN DE ROOS EN DE GROEIPLANNEN LIETEN DAN OOK NIET OP ZICH WACHTEN. 'ALS DE MARKT RIJP IS, MOET JE ERVOOR DURVEN GAAN', ZO LUIDT HET MOTTO VAN OPRICHTERSTRIO **YANNICK CLAERMAN, CHRIS DE BACKER EN PETER VERSIEREN**. DE AMBITIE: EUROPESE MARKTLEIDER WORDEN.

Gezonde, authentieke producten zijn niet meer weg te denken uit de voeding- en drankensector. Consumenten kiezen bewuster en zien het aanbod dan ook dagelijks toenemen, van zeewier tot kokoswater. Ook in die trend: fermentatie, bio en NOLO-alcohol. En dat zijn precies de troeven van kombucha, een eeuwenoude drank die de laatste jaren een opmerkelijke opmars maakt in de VS.

AMERIKANEN WIJZEN DE WEG

"Kombucha is er intussen de snelst groeiende markt binnen de functionele dranken", weet Yannick Claerman. "Goed voor een omzet van 1 miljard

euro. In dit tempo zal dat over 5 jaar meer dan 5 miljard euro zijn. Grote spelers zoals The Coca-Cola Company en Duvel Moortgat sprongen al op de kar. Kombucha houdt dan ook perfect het midden tussen frisdrank en bier, én is enorm gezond."

IN TEGENSTELLING TOT
WAT JE MISCHIEN
VERWACHT, KOMEN
VEEL VAN DE HUIDIGE
GEZONDHEIDSTRENDS
UIT DE VS.

Yannick Claerman leerde kombucha kennen toen hij in California woonde en raakte al snel in de ban van de fermentatiecultuur. Bij terugkomst in eigen land merkte hij evenwel dat enkel apotheken en biowinkels de gefermenteerde thee aanboden. "Bovendien liet de smaak te wensen over", verduidelijkt hij. "De enige oplossing was om zelf de handen uit de mouwen te steken."



VLIEGENDE START

Met Chris De Backer kreeg Yannick in 2017 versterking van een rasechte ondernemer. Samen gingen ze op zoek naar een locatie voor hun project. Die vonden ze in de voormalige gebouwen van zonweringfabrikant Vettenburg in het centrum van Gent. Het complementaire duo brouwde er na enkele maanden al 1.000 liter per week. Amper een jaar later was de vraag groter dan het aanbod en kwam ook de lokroep uit het buitenland. Om dit laatste in goede banen te leiden, werd Peter Versieren erbij gehaald. Intussen zet YÜGEN zijn eerste stappen over de grenzen.

Welke exportbestemmingen wil YÜGEN eerst veroveren?

Chris De Backer: "Een belangrijk element is dat onze ambities enkel binnen Europa liggen. Kombucha moet koel worden bewaard, waardoor het logistieke proces voor niet-Europese avonturen ingewikkeld en duur is. Het goede nieuws is dat bijvoorbeeld Amerikaanse spelers omgekeerd niet snel de Europese markt zullen betreden. In dat opzicht focussen we eerst op Nederland en Frankrijk. Steden zoals Amsterdam en Parijs hebben ook al een beginnende kombuchascene. In eigen land zijn onze etiketten bovendien al tweetalig Frans en Nederlands, dus voor onze noorder- en zuiderburen moeten we op dat vlak geen aanpassingen doen."

HUISWERK OP ORDE

Was die internationale ambitie van bij het begin aanwezig?

Chris De Backer: "Ja. We zitten in een nichemarkt en om de investeringen – een basisvereiste voor een kwaliteitsvol product – te rentabiliseren, moeten we grotere volumes produceren. Dan is de conclusie snel gemaakt. Dat houdt ook in dat je meteen internationaal moet denken. Zo hebben we onze merknaam zorgvuldig gekozen: het is een concept uit de Japanse esthetiek dat goed in de mond ligt, in elke taal dezelfde uitspraak heeft en beschikbaar was voor Europese merkregistratie."

Welke andere voorbereidingen troffen jullie met het oog op export?

Chris De Backer: "Voor het marktonderzoek was FIT onze vaste sparringpartner. Zo vroegen we voor een aantal Europese landen wie de mogelijke concurrenten waren en hoe het distributiesysteem eruitzag binnen retail en de biosector. Maar het ging daarnaast ook over andere topics: van btw-regelingen binnen de EU tot lokale perscontacten voor promotionele doeleinden. Op basis van de informatie van FIT maakten we bovendien een shortlist van potentiële handelspartners binnen die markten. Die nodigden we daarna uit voor onze eerste internationale beurs in februari 2019."

GA NIET ENKEL UIT
VAN JE INTUÏTIE,
MAAR TOETS JE
VERMOEDEN OVER
MARKTPOTENTIEEL
AAN HARDE CIJFERS
EN DATA.



TIP

SCHAKEL DE HULP VAN STUDENTEN IN

➤ **NAAST HET ADVIES VAN FIT KREGEN WE OOK HULP VAN EEN GROEP STUDENTEN VAN 180 DEGREES CONSULTING, EEN CONSULTANCYDIENST VERBONDEN AAN DE UGENT VOOR BEDRIJVEN MET EEN SOCIALE IMPACT. ZIJ ONDERSTEUNDEN ONS BIJ HET PRIJS- EN CONCURRENTIE-ONDERZOEK. OOK ANDERE ONDERWIJS-INSTELLINGEN BIEDEN AANTREKKELIJKE OPTIES VOOR MARKTANALYSES.**

INTERNATIONAAL PLATFORM VIA FIT

Hoe verliep die eerste beursdeelname?

Peter Versieren: "Het was een grote opsteker. Voor Biofach in het Duitse Nürnberg, de grootste jaarlijkse biobeurs van Europa, hadden we een eigen stand. Een week voor de start van het event had een andere standhouder afgezegd en we hebben die lastminutekans met beide handen gegrepen. Op enkele dagen tijd bepaalden we een 'look & feel' en even later trokken we met vier man en een goedgevulde frigo naar Duitsland. Onze proefstand was meteen een hit: de smaken – van appel-munt tot gember-citroen – sloegen aan bij het internationale publiek. Iedereen dronk vlot zijn glaasje leeg, de ultieme bevestiging dat we met onze kombucha een exportwaardig product in handen hadden."

Wat is de grote meerwaarde van beurzen?

Peter Versieren: "Het is dé gelegenheid om inkopers van overal op een centrale plaats te ontmoeten. Daar betaal je ook voor, maar via FIT kan je de kosten drukken. Zo was onze tweede beursdeelname een Vlaamse groepsdeelname in mei 2019 aan het Feines Essen & Trinken-event in München. Dan moet je het uiteraard wel nog zelf waarmaken. Onze grootste troef: een gepassioneerd team. Enthousiasme werkt aanstekelijk en daar maken we optimaal gebruik van."

BRAND AMBASSADORS EN HORECA ALS SPRINGPLANK

Naambekendheid is een heikel thema voor veel beginnende exporteurs. Hoe pakken jullie dat aan?

Yannick Claerman: "We zijn heel actief op Facebook en Instagram, de ideale manier om onze doelgroep van millennials te bereiken. Onze visie dragen we uit door continu in dialoog te gaan met onze volgers. YÜGEN is niet enkel een merk, het is vooral een levensstijl. Daarnaast gebruiken we sociale media ook om zogeheten 'brand ambassadors' te zoeken. Dat zijn studenten of freelancers die enkele dagen per week ons merk promoten bij retailspelers, horecazaken en eventorganisatoren. Zo hebben we medewerkers in Parijs, Amsterdam en Berlijn. Na een training sturen we ze op pad om ons merkverhaal te verspreiden, te netwerken en zo mogelijke partners te zoeken. Anders gezegd: zij zijn het gezicht van YÜGEN in het buitenland."

Hoe verloopt die aanpak?

Yannick Claerman: "In Nederland en Frankrijk leveren we nu aan verschillende horecazaken. Lokale consumenten leren zo mondjesmaat ons merk kennen. Zodra we overschakelen naar grotere volumes en andere distributiekanalen zal YÜGEN op het vlak van naambekendheid al de eerste stappen hebben gezet. De horeca is voor ons het ideale startpunt."

METEN IS WETEN

Welke tips heeft u voor andere start-ups met internationale ambities?

Chris De Backer: "Gewoon doen. Meer zelfs, als je overtuigd bent van je product, is er eigenlijk geen enkele reden om het niet te doen. Grenzen – althans binnen Europa – bestaan vandaag niet meer, enkel taalbarrières. Alles hangt dus af van de kwaliteit van je marktonderzoek. Hoe bereik je je doelgroep? Welke prijsstrategie is haalbaar? Wie zijn je concurrenten? De lijst met parameters is lang, maar wel goed voor te bereiden. Als uiteindelijk alle puzzelstukjes in elkaar vallen en je tevreden bent met het geheel, is er maar één logisch vervolg: je grenzen letterlijk verleggen!"

Wat brengt de toekomst voor YÜGEN?

Peter Versieren: "Na Nederland en Frankrijk willen we op korte termijn Duitsland opstarten. Omdat ons etiket twee bedrukte talen toelaat, willen we daar ook een vierde markt aan toevoegen. Voor het VK is het wachten op de uitslag van de brexit en de Italiaanse markt is nog niet 100% klaar, dus we kijken eerder richting Zwitserland. Een ding is zeker: FIT blijft onze eerste hulplijn. Zo vroegen we al advies over de nieuwe verpakkingwet in Duitsland en de importregelingen voor Zwitserland. De combinatie van een authentiek product, uitgebreide marktkennis en goede lokale partners moet YÜGEN op de internationale kaart plaatsen."



TELEX

ARAANI onderstreept zijn internationale ambities met een wereldprimeur. Het Kortrijkse bedrijf slaagde er als eerste in om een BOSEC-certificaat te behalen voor een camera die dienst doet als rookdetector. De Belgische ambassade in Parijs liet meteen een gecertificeerde SmokeCatcher installeren in het bijzijn van internationale spelers uit de brandveiligheidssector.

////STOP////

STUDIO PIETER STOCKMANS uit Genk mag een mooie internationale referentie toevoegen aan zijn zo al indrukwekkende palmares. Het Franse restaurant Mirazur, sinds juni 2019 officieel het beste restaurant ter wereld, maakt immers gebruik van handgemaakt porseleinen servies uit Limburg. De unieke borden vindt u overigens ook terug in de nieuwe restaurants van laureaat-chef Mauro Colagreco: Sani (Griekenland), Azur (China) en Capella (Thailand).

////STOP////

Weer prijs voor **ALUVISION** uit Deinze, onze Leeuw van de Export 2015 in de categorie 'Bedrijven met max. 49 medewerkers'. Op InfoComm 2019 in het Amerikaanse Orlando kreeg de modulaire tegel Hi-LED 55 veel bijval. Een jury van industrie-experten gaf het product de titel 'AV Technology Best of Show'. Met 44.000 deelnemers uit 110 landen is InfoComm de grootste internationale beurs voor de audiovisuele industrie in de VS. In de lente werd dezelfde tegel al uitgebreid geprezen tijdens ExhibitorLive in Las Vegas. Toen mocht Aluvision de Best Use of Technology-award in ontvangst nemen.

////STOP////

Interieurbedrijf **ALINEA** uit Geel viel in het Canadese Toronto in de prijzen tijdens de prestigieuze AZ Awards voor architectuur en interieurdesign. Het tafelontwerp Angelo M van designer Leo Aerts kreeg er in de categorie 'Meubeldesign' de publieksprijs. Eind vorig jaar werd de tafel ook al bekroond met een Good Design-award van het Amerikaanse Chicago Athenaeum. Het resultaat: nieuwe internationale bestellingen voor het unieke ontwerp.


////STOP////

**HEEFT U RECENT EEN
DEAL GESLOTEN IN EEN
EXPORTMARKT OF WIL
U UW INTERNATIONALE
VERWEZENLIJING
VERMELD ZIEN
IN DEZE RUBRIEK?**

Mail naar wereldwijs@fitagency.be.

's Werelds grootste beurs voor textielmachines, de ITMA-beurs in Barcelona, was een schot in de roos voor **MATTHYS GROUP**. De Waregemse machinebouwer sleepte er de grootste deal uit zijn bedrijfsgeschiedenis in de wacht. Het familiebedrijf ziet zo de kaap van 20 miljoen euro omzet dichterbij komen. Welke internationale klant Matthys Group contracteerde voor een volledige machinelijn is evenwel vertrouwelijk.

////STOP////



4000

Het aantal tyfoonbestendige tenten dat **VELDEMAN GROUP** uit Bree levert voor de Olympische Spelen van Tokio in 2020. Totale oppervlakte van de zeilen: 30.000 vierkante meter. De tenten zullen worden gebruikt voor onder andere ticketing, hosting, kleedruimtes en restaurants. Door de miljoenendeal nam het Limburgse bedrijf tijdelijk 20 extra werkrachten aan en is het nu ook in de running voor andere projecten van de zomerspelen volgend jaar.

Designbureau **STAN MAES PRODUCT DESIGN** uit het Limburgse Elen mag maar liefst 5 European Product Design Awards bijschrijven op het palmares. Onder de awardwinnende producten: een hanglamp voor lange tafels, een verrekijker en een laserinstrument. Ontwerper Stan Maes is overigens niet aan zijn proefstuk toe. Eerder won hij al een Red Dot Award en iF Design Award, twee van de hoogste prijzen in de internationale designwereld.

////STOP////

VERSTRAETE IML uit Maldegem en de Amerikaanse IMDA-awards, het blijkt een gouden huwelijk. Na vier deelnames telt de Oost-Vlaamse marktleider al veertien prijzen. Op het internationale event voor spuitgieters, drukkers en leveranciers van machines en materialen uit de In Mold Decorating-sector was Verstraete IML de beste in de categorieën 'Best Part Design' en 'Best In-Mold Decorated Package'. Vooral de creativiteit in het verpakkingsontwerp, de toegepaste techniek en het innovatieve karakter overtuigden de jury.

////STOP////

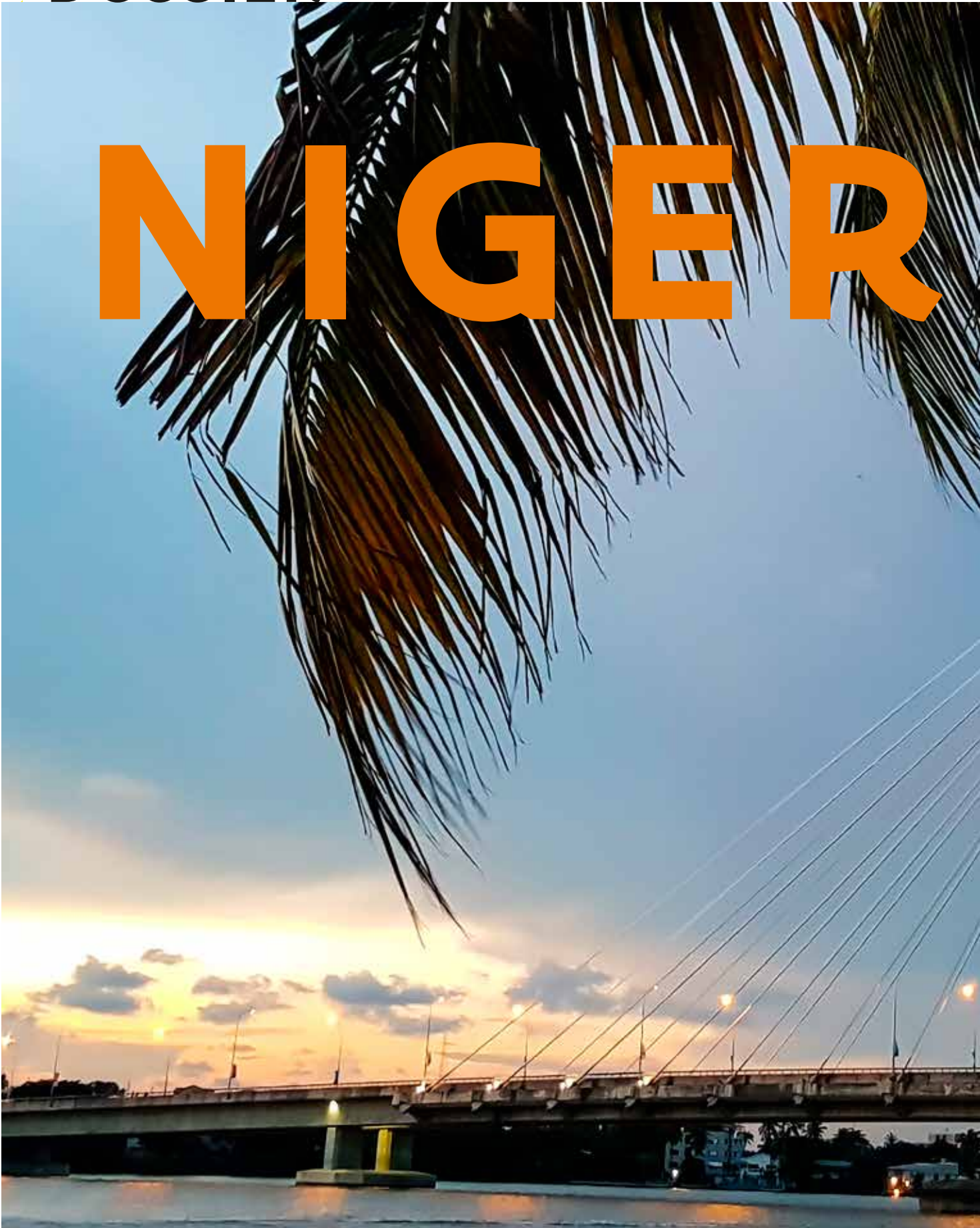
De oudste actieve lambiekbrouwerij ter wereld is nog springlevend. **TIMMERMANS** uit Itterbeek kaapte met een bijna perfecte score de gouden medaille weg op de World Beer Challenge in Portugal. Prijsbeest van dienst: Timmermans Guinness. Het bier is het resultaat van een samenwerking tussen Timmermans en het iconische Stout Guinness uit Ierland, en zag in 2018 het licht. Als kers op de taart sleepte de brouwerij uit het Brusselse nog vier extra medailles in de wacht tijdens het event.

////STOP////



DOSSIER

NIGER





IA

AFRIKAANSE MASTODONT HERLEEFT

VOOR DE GROOTSTE ECONOMIE VAN AFRIKA MOET U IN NIGERIA ZIJN. DAARMEE SCOORT HET LAND BETER DAN ZUID-AFRIKA EN EGYPTE, EN BEHOORT HET TOT DE 30 GROOTSTE WERELDECONOMIEËN. TOCH KAMPT NIGERIA NOG ALTIJD MET EEN IMAGOPROBLEEM. ZO WORDT HET EERDER GELINKT AAN POLITIEKE ONRUST, CORRUPTIESCHANDALEN EN AANHOUDENDE ARMOEDE DAN AAN ECONOMISCHE OPPORTUNITEITEN.

“ONTERECHT”, ZEGT THESSA BRONGERS BAGU VANUIT DE GLOEDNIEUWE FIT-ANTENNE IN HET NIGERIAANSE LAGOS. “VAN DE 49 LANDEN IN SUB-SAHARAANS AFRIKA STAAT NIGERIA BOVENAAN DE LIJST MET UITSTEKENDE CIJFERS. NA EEN MOEILIJKE PERIODE WINT DE ECONOMIE BOVENDIEN TERUG AAN KRACHT, WAARDOOR VLAAMSE EXPORTEURS NIEUWE KANSEN KRIJGEN: VAN ICT TOT HERNIEUWBARE ENERGIE.”

NIGERIA IS NIET ‘AFRIKA
VOOR BEGINNERS’,
MAAR VOOR ERVAREN
EXPORTEURS IS HET EEN
TOEGANGSPOORT NAAR
GROTE SUCCESSEN.

Nigeria laat met zijn 200 miljoen inwoners alle andere Afrikaanse landen ver achter zich. Zo komt dichtste achtervolger Ethiopië amper aan de helft van dat aantal. Die indrukwekkende bevolking – jong bovendien, de gemiddelde leeftijd is 18 jaar – kan ook op tal van natuurlijke grondstoffen rekenen. Mineralen, cacao, rubber en vooral ruwe olie drijven sinds jaar en dag de economie aan.

In 2005 beschouwde de Amerikaanse investeringsbank Goldman Sachs daarom Nigeria als een van de 11 veelbelovende landen die de wereldeconomie vorm zouden geven in de 21e eeuw, de Next Eleven. Gedurende lange tijd maakt het land die reputatie ook waar: tussen 2000 en 2014 tekende het voor gemiddelde groeicijfers van meer dan 7%. Een groeispart die Nigeria meteen ook de titel 'grootste economie van Afrika' opleverde.

ZWARTE SNEEUW

Niets leek de Nigeriaanse opmars te kunnen stuiten, tot de motor in 2015 begon te sputteren. Een jaar later was de eerste recessie in meer dan 20 jaar een feit. Een donderslag bij heldere hemel of een onvermijdbaar gevolg van een eenzijdig economisch beleid? Onze vertegenwoordiger ter plaatse Thessa Brongers Bagu geeft tekst en uitleg.

Hoe verklaart u de plotse economische recessie die Nigeria in 2016 te verwerken kreeg?

Thessa Brongers Bagu: "De olieafhankelijkheid had het land bijzonder kwetsbaar gemaakt. Zo kwam 70% van overheidsinkomsten uit de oliesector en zorgde de continue instroom van olie-dollars voor meer dan 90% van de exportinkomsten. Als de olieprijs dan zakken, voelt de hele economie dat. Dat is wat in 2016 gebeurde. De positieve kant van dit verhaal is evenwel dat de Nigeriaanse overheid verplicht werd om de economie te diversifiëren."

TOEKOMST VOOR BOUW-SECTOR OOGT ROOSKLEURIG

Met het National Integrated Infrastructure Master Plan (NIIMP), een roadmap in meerdere fases, wil de Nigeriaanse overheid de gebrekkige infrastructuur in het land structureel aanpakken. Enkele punten op de agenda:

- de uitbreiding van het regionale wegennet;
- betere infrastructuur voor energieproductie en -distributie;
- de bouw van scholen, ziekenhuizen, sport-faciliteiten en 17 miljoen betaalbare woningen.

DIVERSIFICATIE LAAT ZICH VOELEN

Wat zijn vandaag de belangrijkste economische sectoren?

Thessa Brongers Bagu: "Hoewel de oliesector uiteraard belangrijk blijft, is landbouw de grootste economische sector, vooral als het gaat om werkgelegenheid. Andere pijlers zijn handel, ICT en financiën. Voor die laatste twee is Nigeria zelf koploper in Afrika. Ook e-commerce is aan een sterke opmars bezig. Zo is het eerste Afrikaanse miljardenbedrijf in dit domein een Nigeriaanse start-up: Africa Internet Group. Tot slot iets wat vaak wordt vergeten, omdat het hier zo vanzelfsprekend lijkt: de enorme bouwsector. Na China en India heeft Nigeria de grootste constructiemarkt ter wereld, met tal van indrukwekkende projecten. Denk maar aan Eko Atlantic, een kunstmatig schiereiland van 10 vierkante kilometer, dat het nieuwe commerciële hart wordt van Lagos."

LAGOS: DÉ ECONOMISCHE HUB VAN AFRIKA

Hoe belangrijk is Lagos voor de Nigeriaanse economie?

Thessa Brongers Bagu: "Het is met 23 miljoen inwoners niet alleen de grootste stad van het land, het is ook de onbetwiste economische hoofdstad. Ter illustratie: de economische output van Lagos is groter dan die van groeilanden Kenia en Ghana samen, en goed voor 70% van het Nigeriaanse bnp. De andere twee economische centra, hoofdstad Abuja en havenstad Port Harcourt volgen op grote afstand. Volgens verschillende bronnen zal Lagos trouwens een van

de vijf dichtstbevolkte steden ter wereld zijn in 2050, dus het lokale marktpotentieel blijft tot de verbeelding spreken. Tot slot is het ook een veilige stad."

Wat mogen Vlaamse exporteurs verwachten van de nieuwe FIT-antenne in Lagos ?

Thessa Brongers Bagu: "Met onze expertise kunnen we internationale ondernemers laten weten of hun product of dienst geschikt is voor de Nigeriaanse markt, of welke aanpassingen helpen om hun slaagkansen te verhogen. Zit het product of de dienst goed, dan helpen we ook bij de marktintrede. Zo ondersteunen we bedrijven bij het vinden van geschikte handelspartners. In Nigeria zijn goede relaties de sleutel tot succes, dus is een lokale partner met een uitgebreid netwerk cruciaal. Ook voor specifieke reglementeringen en eventuele vergunningen zijn ze een belangrijke schakel. Deelnemers aan de groepszakenreis in november 2019 kunnen al hun eerste persoonlijke contacten leggen."

VLAAMSE OPLOSSINGEN

Wat zijn de meest kansrijke sectoren voor Vlaamse exporteurs?

Thessa Brongers Bagu: "De bevolking groeit onverminderd door, waardoor een aantal noden hoog op de agenda staan. Zo is Nigeria een land dat sterk afhankelijk is van de import van voedsel en andere levensmiddelen. De alsmear groter wordende middenklasse heeft ook het geld om buitenlandse producten aan te kopen. In het verlengde daarvan zijn de Vlaamse knowhow en expertise ook welkom in heel wat ecologische domeinen zoals afvalverwerking, waterbehandeling en hernieuwbare energie.

Een andere topper is ICT. Internet en smartphones zijn wijdverspreid, en Nigerianen staan open voor technologische ontwikkelingen. Dat maakt ook de outsourcingmarkt aantrekkelijk. Nigeria beschikt over een grote, jonge, Engelssprekende bevolking in onze tijdszone. Zo kan het India het vuur aan de schenen leggen als topbestemming voor Business Process Outsourcing (BPO)."

KIJK VERDER DAN HET IMAGO.
NIGERIA IS IN ABSOLUTE
CIJFERS DE GROEIMARKT BIJ
UITSTEK IN AFRIKA.

CORRUPTIE EN ONVEILIGHEID: FEIT OF MYTHE?

Nigeria staat 144e op de internationale corruptie-index. Hoe groot is het probleem?

Thessa Brongers Bagu: "Het klopt dat corruptie een heet hangijzer is, maar dat geldt veel meer voor lokale overheden dan voor de private sector. Ga er niet in mee, maar bouw op de bestaande relaties van een lokale partner. Een groter risico zijn dan weer mogelijke wanbetalingen. Onze raad: win tijdig advies in bij FIT en pas je werkwijze aan. Bij nieuwe klanten vraag je bijvoorbeeld beter om voorafbetalingen. Dat is een veelvoorkomende praktijk in Nigeria, dus je schopt er niemand mee tegen de schenen. Lukt dat niet, kies dan voor een documentair krediet, waarbij een bank instaat voor een correcte en tijdige betaling als je jouw deel van de overeenkomst vervult. Tot slot kan je ook een exportverzekering afsluiten bij een internationale verzekeraar, zoals Credendo Group."

ZAKENDOEN IN NIGERIA?

**JOHAN MALIN,
PROJECTMANAGER
INTERNATIONALE FINANCIËLE
INSTELLINGEN BIJ FIT,
LICHT 5 TROEVEN TOE:**

- 1 "Nigerianen staan gekend om hun **rechttoerechtaanaanpak**. Terwijl Aziaten vaak het achterste van hun tong niet tonen, weet je in Nigeria direct waar je aan toe bent."
- 2 "De algemene kennis van het **Engels** vergemakkelijkt internationale handelsrelaties. Zo heb je geen vertaler of andere tussenpersonen nodig om met klanten of partners in dialoog te gaan."
- 3 "In de winter is er **geen tijdsverschil** tussen ons land en Nigeria, en in de zomer slechts 1 uur. Daardoor kan je snel schakelen."
- 4 "Veel Nigeriaanse ondernemers delen ons **wereldbeeld** en hebben een groot internationaal besef, omdat ze in Europa of de VS studeerden."
- 5 "Via Amsterdam of Parijs vlieg je rechtstreeks naar Lagos en Abuja, waardoor de **reistijd** slechts 8 uur bedraagt."

Is Nigeria een veilig land?

Thessa Brongers Bagu: "Het is veiliger dan de meeste mensen denken. De chaos en het lawaai van de grote steden mag je niet verwarren met onveiligheid. Wel moet je – zoals overal – je gezond verstand gebruiken: wandel 's avonds niet alleen over straat, vermijd buurten die je niet kent en gebruik enkel officiële taxi's. Door je reis goed voor te bereiden, heb je al veel in de hand. Ook daar kan FIT bij helpen."

PERSOONLIJKE RELATIES

Welke culturele eigenheden typeren de Nigeriaanse zakenwereld?

Thessa Brongers Bagu: "Persoonlijk contact wordt sterk gewaardeerd. Probeer dus om geregeld naar Nigeria te reizen, zelfs als je daar met een handelspartner werkt. Lukt dat even niet, volg dan toch je relaties op. Dat doe je het best via de telefoon of Skype, want mails worden niet met dezelfde urgen-

tie beantwoord. Verwacht bovendien dat Nigeriaanse zakenlui tijdens al die gesprekken zullen onderhandelen over nieuwe en bestaande deals. Maar onthoud: een goede vertrouwensrelatie betaalt zich dubbel terug, dus neem minstens de tijd om te luisteren.”

NIEUW ELAN

Het IMF blijft voorzichtig met zijn groeivoorspellingen. Hoe ziet u de toekomst?

Thessa Brongers Bagu: “De recente economische terugval heeft zijn sporen nagelaten, maar de Nigeriaanse economie komt geleidelijk aan weer op toerental. Voor 2019 voorspelt het IMF een groei van 2,1% en voor 2020 iets meer: 2,5%. Toegegeven, daarmee presteert de economie nog altijd onder haar mogelijkheden en groeit ze trager dan andere West-Afrikaanse landen, maar de trend is gezet. Met onze eerste groepszakenreis naar Nigeria in vijf jaar en een FIT-antenne die sinds juni 2019 actief is, willen we dat hernieuwde potentieel onderstrepen.”

OP DE AGENDA

GROEPSZAKENREIS ‘NIGERIA’

Van zondag 10 tot vrijdag 15 november 2019 organiseert FIT, in samenwerking met het Gents Afrika Platform (GAP) van de UGent, een groepszakenreis naar Abuja en Lagos. Dé gelegenheid om mee te varen op een nieuwe golf van economisch optimisme in Nigeria.

Wat mag u verwachten?

- afspraken met potentiële partners of klanten, op maat van uw behoeftes (optioneel);
- netwerkmomenten met de andere bedrijven uit de delegatie en met plaatselijke spelers en beslissingsnemers;

Inschrijven kan tot en met 20 september 2019.

Voor meer informatie kan u terecht op www.flanderstrade.be.

TESTIMONIAL SCE

WIM DELAMEILLEURE Area Sales Manager Africa & Middle East

SCE UIT LICHTERVELDE, VORIG JAAR GENOMINEERD VOOR DE LEEUW VAN DE EXPORT, VOERT AL 20 JAAR PROJECTEN UIT IN NIGERIA. DE MODULAIRE OPSLAGSILO'S VAN HET FAMILIEBEDRIJF DOEN HET DAN OOK UITSTEKEND IN LANDEN MET EEN SNELLE BEVOLKINGSGROEI. EN VOLGENS WIM DELAMEILLEURE, AREA SALES MANAGER AFRICA & MIDDLE EAST BIJ SCE, IS HET NIGERIAANSE PLAFOND NOG LANG NIET BEREIKT.

“MIX VAN ENORME BEVOLKING EN STERKE KOOPKRACHT IS GOUD WAARD”

SCE zette zijn eerste stappen op de Nigeriaanse markt in 1999, toen het een van de grootste bloemsilo's ter wereld bouwde in Lagos. Intussen vindt u de West-Vlaamse technologie ook terug in sub-Saharaanse landen zoals Mali, Senegal en Ivoorkust, maar Wim Delameilleure laat er geen twijfel over bestaan: “Nigeria is en blijft de grootste markt in de regio.”

LANDSCHAARSTE BIEDT KANSEN

Door hun rechthoekige vorm nemen de silo's van SCE minder plaats in dan de klassieke ronde exemplaren, waardoor ze de opslagcapaciteit voor bloem, rijst, granulaten en andere grondstoffen met liefst 40% verhogen. “Voor een stad zoals Lagos is dat een zegen”, legt Wim Delameilleure uit. “Het is nu al de grootste stad van Afrika en de bevolking zal de volgende jaren stijgen naar ruim

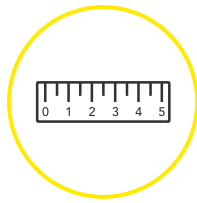
30 miljoen inwoners. Grond is er dan ook schaars en duur. Door daar goed op in te spelen, haalden we er al mooie projecten binnen.”

EUROPA IN TREK

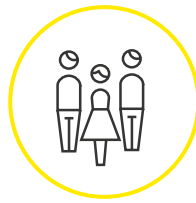
De Nigeriaanse overheid probeert het land nu klaar te stomen voor de toekomst. “Dat leidt tot gigantische investeringen in infrastructuur”, zegt Wim Delameilleure. “En het goede nieuws: de grote spelers zijn niet alleen goed georganiseerd, in hun zoektocht naar kwaliteit focussen ze ook vaak op Europese leveranciers. Exporteurs met ambities in Nigeria raden we daarom aan om hun pijlen te richten op gevestigde namen. Bezoek die bedrijven ook en spreek met zo veel mogelijk mensen om de markt te leren kennen. De relatief sterke koopkracht is alvast een van de grootste troeven.”

FACTSHEET NIGERIA

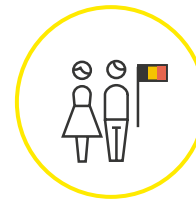
FLANDERSTRADE.BE



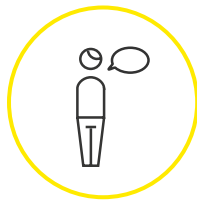
Oppervlakte
923.768 km²



Aantal inwoners
198 miljoen (2018)



Aantal Belgen ingeschreven in Abuja
474 (2018)



Officiële taal
Engels



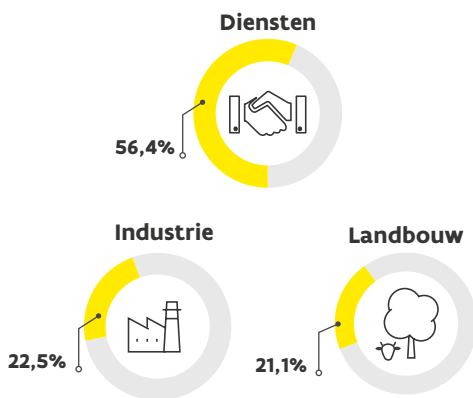
Munteenheid
Naira (NGN)
1 EUR = 401,9 NGN (05/08/2019)

WEETJE

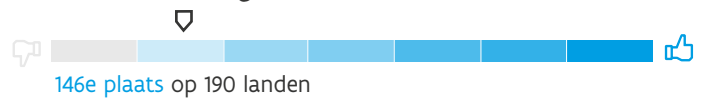


De economie van Lagos is groter dan die van Kenia en Ghana samen.

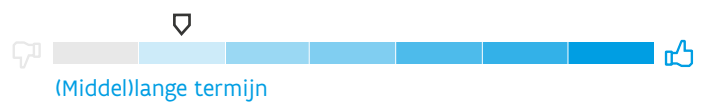
Aandeel economische sectoren in bbp (2017)



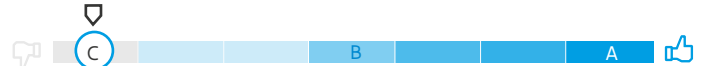
Ease of doing business index



Politiek risico



Commercieel risico (van C tot A)



Top 5 Vlaamse export naar Nigeria

€ 2,66 miljard (2018)

- 86% Minerale brandstoffen, aardolie en gerelateerde distillatieproducten
- 2,8% Kernreactoren, stoomketels, machines, toestellen en mechanische werktuigen
- 1,8% (Weg)transportmaterieel
- 10,1% Kunststoffen
- 0,9% Producten van de meelindustrie, mout, zetmeel, inuline, tarwegluten

Top 5 Vlaamse import uit Nigeria

€ 205 miljoen (2018)

- 52,7% Minerale brandstoffen, aardolie en gerelateerde distillatieproducten
- 23,7% Cacao
- 10,5% Edelgesteente en/of -metaal
- 6,2% Vis, schaaldieren, weekdieren en andere ongewervelde waterdieren
- 3,1% Koper en werken van koper

MARKTINFO

GEREGELD BUNDELEN ONZE VLAAMSE ECONOMISCHE VERTEGENWOORDIGERS (VLEV'S) DE LOKALE ZAKEN-OPPORTUNITEITEN IN OVERZICHTELIJKE MARKTSTUDIES.

U KAN ZE ALLEMAAL LEZEN EN DOWNLOADEN OP WWW.FLANDERSTRADE.BE, ONDER DE RUBRIEK 'LANDEN'.

INNOVATIE- EN START-UPHUBS IN NEDERLAND

Vlaamse bedrijven die contacten willen leggen met Nederlandse start-ups of zelf een start-up willen vestigen in Nederland, zien vaak door de bomen het bos niet meer. Daarom stelde het FIT-kantoor in Den Haag een overzicht op van al wat er bij onze noorderburen beweegt op dit vlak.

De studie maakt een geografische indeling, waardoor u per regio, provincie of zelfs stad de nodige informatie krijgt. Voor elk gebied worden de belangrijkste hubs vermeld met een korte beschrijving en nuttige links.

Download
alle marktstudies op
www.flanderstrade.be

DOSSIER

WIE WINT DE LEEUW VAN DE EXPORT 2019?



WE STELLEN DE
ZES GENOMINEERDEN
GRAAG AAN U VOOR

BINNENKORT ROLT FIT – AL VOOR HET 18E JAAR OP RIJ – DE RODE LOPER UIT VOOR ZIJN KERSVERSE LEEUWEN VAN DE EXPORT. DAT ZIJN TWEE VLAAMSE EXPORTKAMPIOENEN DIE HUN WEDSTRIJDDOSSIER HET BESTE HEBBEN VERDEDIGD TIJDENS TWEE JURYRONDES. ZES BEDRIJVEN ZIJN NOG IN DE RUNNING OM OP 18 SEPTEMBER DE FELBEGEERDE EXPORTAWARD MEE NAAR HUIS TE NEMEN.

DE WINNAARS STELLEN WE U IN DE VOLGENDE WERELDWIJS UITGEBREID VOOR. HIER KRIJGT U AL EEN VOORSMAAKJE.

LUMINEX NETWORK INTELLIGENCE

"THE SHOW MUST GO ON"

VAN FESTIVALS ALS TOMORROWLAND OVER VOETBALSTADIONS TOT CONCERT- EN THEATERZALEN: WERELDWIJD MAAKT DE INNOVATIEVE NETWERKOPLOSSING VAN LUMINEX HET LEVEN VAN LICHT- EN GELUIDSTECHNICI MAKKELIJKER. DE BORN GLOBAL RICHT ZIJN PIJLEN VOORAL OP DE PROFESSIONELE ENTERTAINMENTINDUSTRIE, MAAR OOK DE WERELD VAN BROADCASTING LONKT VOOR DE GENKENAARS.

CEO **Bart Swinnen**: "Luminex is vandaag al in 45 landen actief. We werken met een uitgebreid netwerk van importeurs en distributeurs. In Japan, een van onze focusmarkten, openden we recent een prospectiekantoor, maar daar zal het zeker niet bij blijven."

DE MARKT KNEDEN

"Onze pijlsnelle groei brengt de nodige stress met zich mee. De nominatie is dan ook de ultieme bevestiging voor onze teams dat ze goed bezig zijn. Maar ook voor onze partners is het een mooie opsteker. Zij bouwen al vanaf het prille begin mee aan de toepassingen en zijn bereid om samen met ons te pionieren.

Maar als innovatieve speler moet je de markt ook kneden en aanmoedigen om voor jouw technologie te kiezen. Samen met onze partners slagen we erin om hoogwaardige technologie van eigen bodem wereldwijd op de kaart te zetten en tegelijk in eigen regio werkgelegenheid te creëren, rechtstreeks en onrechtstreeks. En daar zijn we erg trots op."

PLUG-AND-PLAY

De concurrentie van Luminex komt vooral uit IT-hoek. Bart Swinnen: "De infrastructuur van de grote IT-huizen vraagt echter veel voorkennis van de technicus. Onze oplossing, daarentegen, is heel intuïtief in gebruik. Verder onderscheiden we ons met onze diepgaande technische kennis van de gangbare audio- en lichtmerken. Wij kunnen meepraten over de volledige installatie, niet alleen over onze eigen component.

Momenteel zetten de Limburgers hun organisatie op punt om nieuwe regio's te exploiteren. Bart Swinnen: "Naast de verdere uitbouw van onze bestaande exportmarkten willen we ons de komende jaren richten op China, want daar ligt veel onontgonnen potentieel. Verder staan ook India en een aantal groei-landen in Latijns-Amerika op onze wishlist.

We willen er niet alleen staan om onze oplossing in al die regio's aan de man te brengen, we moeten ook in staat zijn om de nodige support te voorzien, de klok rond. Want: the show must go on."

ID

Luminex in cijfers (2018)

Sector: technologie

Opricht in: 2002

Hoofdkantoor in: Genk

Aantal medewerkers: 22 voltijdequivalenten

Exportomzet: 4.796.529 euro
(92% van de totale omzet)

Aanwezig in: 45 landen

ONTOFORCE

“GLOBAAL DENKEN VANAF DAG ÉÉN”

HET BAANBREKENDE LINKED DATA-PLATFORM VAN HET GENTSE HEALTHTECHBEDRIJF ONTOFORCE VERBINDT GEGEVENS UIT DATA-BANKEN, PUBLICATIES EN STUDIES OM ER RELEVANTE INZICHTEN UIT TE PUREN. TAL VAN FARMA- EN BIOTECHSPELERS MAKEN ER GEBRUIK VAN. ZO KUNNEN ZE DE GO-TO-MARKET VAN NIEUWE OPLOSSINGEN SERIEUS INKORTEN.

Oprichter en CEO **Hans Constandt**: “Hoe sneller een medische oplossing op de markt kan komen, hoe beter dat is voor het bedrijf en de patiënt. We zijn gestart vanuit die sociale gedrevenheid en het gaat nu heel hard. BOPLAN mogen opvolgen als Leeuw van de Export zou onze ploeg nog een extra motivatieboost geven.”

BIG DATA ONTSLUITEN

Ontoforce onderzoekt momenteel ook mogelijke toepassingen van hun gepatenteerde technologie in andere sectoren. Hans Constandt: “Voeding, finance, energie, telecom, retail ... Het zijn stuk voor stuk sectoren waarbinnen we databases kunnen ontsluiten. Onze technologie is inzetbaar in elke organisatie met veel gegevens in aparte silo's. Grote bedrijven kloppen bij ons aan omdat ons platform zo schaalbaar is en de interface erg gebruiksvriendelijk.”

Maar het team rust niet op zijn lauweren: “Halfjaarlijks brengen we nieuwe functionaliteiten uit. Momenteel werken we volop aan de toevoeging van AI-componenten. Artificiële intelligentie zal het mogelijk maken om in de geaggreerde data nieuwe nuttige inzichten en patronen aan het licht te brengen.”

SNEL EN WENDBAAR

“Blijven innoveren is trouwens de enige manier om de concurrentie en copycats te slim af te zijn”, aldus de CEO. “We leggen patenten neer, maar maken ons geen illusies. Ons platform in zijn geheel namaken is geen sinecure, maar we moeten wél onze unieke troeven blijven uitspelen. Als kleine ontwikkelaar

zijn we snel en wendbaar. Deze skill in combinatie met een platform dat al even sterk is als dat van de wereldspelers, blijkt prima te werken.”

Sinds 2016 heeft Ontoforce een kantoor in de VS, dicht bij de beslissingscentra van lifesciencemultinationals. Maar het bedrijf kijkt ook reikhalzend naar de Aziatische markt. Hans Constandt: “Met een digitale start-up op basis van zo'n disruptieve technologie moet je vanaf dag één globaal denken, zo vertrouwden ervaren techondernemers mij toe. Vandaag zijn we daar heel goed mee bezig en we zijn er erg trots op.”

ID

Ontoforce in cijfers (2018)

Sector: technologie

Opgericht in: 2011

Hoofdkantoor in: Gent

Aantal medewerkers: 34 voltijdequivalenten

Exportomzet: 1.432.322 euro
(84% van de totale omzet)

Aanwezig in: 7 landen

POLYSTO

TOPINNOVATIE BINNEN TRADITIONEEL SEGMENT

DE HYGIËNISCHE PLINTEN EN STOOTRANDEN VAN POLYSTO VINDEN HUN AFZET IN VOEDING, RETAIL EN FARMA. HET BEDRIJF UIT LOKEREN ONTWIKKELDE ER HET GEPATENTEERDE COMPOSITIE CLEANROCK VOOR. DE OPLOSSING IS WERELDWIJD UNIEK EN R&D VORMT DÉ SLEUTEL OM DEZE LEIDENDE ROL TE BEHOUDEN.

Zaakvoerder **Alex Moreels**: "Onze plint-aanrijdbeveiligingen voor de voedingsindustrie zijn waterdicht, bacteriostatisch, kunnen niet rotten en zijn sterk genoeg om zwaar verkeer te weerstaan. Met onze oplossing helpen we bedrijven om aan alle hygiënevoorschriften te voldoen. We hebben patenten in België, Europa en de VS en wereldwijde naamregistraties. En we blijven ons gamma uitbreiden, inspelen op specifieke vragen en nieuwe technieken toepassen om onze producten te verbeteren."

SAMEN STERK

Tot op vandaag is het gepatenteerde composiet CleanRock wereldwijd uniek. R&D is een van de sleutels om de concurrentie steeds een stap voor te blijven en die leidende rol te behouden. Commercieel directeur **Nick Van den Bosschelle**: "We werken samen met kennisinstellingen, maar ook met andere industriële spelers die zich met hun uitrustingsgoederen richten op de voedingsverwerkende industrie. De cluster Turnkey Food Technologies (TFT) laat ons toe om als complementaire fabrikanten klanten te benaderen vanuit een totaalaanpak."

ACTIERADIUS UITBREIDEN

Nick Van den Bosschelle: "In onze specifieke niche was de thuismarkt al snel te klein. Export naar de buurlanden was een eerste logische stap, maar we bleven onze actieradius stelselmatig uitbreiden. Overall ter wereld merkten we immers dezelfde nood aan hygiënische oplossingen in de industriële voedselverwerking. Intussen voerden we al projecten uit in 85 landen, van de grotere lokale slagerij tot slachthuizen in Azië en Jamaica met een capaciteit van 150.000 dieren per dag."

EXTRA VERSTERKING

De grootste groei verwacht PolySto de komende jaren in Azië en het Midden-Oosten. Nick Van den Bosschelle: "Door de toenemende industrialisatie van de voedingsproductie neemt de nood aan voedselveiligheid er sterk toe. We wierven recent een extra exportmanager aan die zich op deze markten zal concentreren."

Alex Moreels: "Dat bedrijven ook binnen een heel traditioneel segment innovatief uit de hoek kunnen komen, bewijzen wij elke dag opnieuw. Voor onze voltallige ploeg zou het verzilveren van deze nominatie een prachtige erkenning zijn voor hun zware werk van de voorbije jaren. En een extra motivatie om onze groei de komende jaren verder te bestendigen."

ID

PolySto in cijfers (2018)

Sector: productie van industriële beveiligingssystemen

Opricht in: 1996

Hoofdkantoor in: Lokeren

Aantal medewerkers: 21 voltijdequivalenten

Exportomzet: 4.405.666 euro
(84% van de totale omzet)

Aanwezig in: 85 landen

IN DE CATEGORIE 'BEDRIJVEN MET 50 OF MEER MEDEWERKERS'

CONSTRUX

EXPORT ALS LEVENSVZERZEKERING

BINNEN EUROPA IS CONSTRUX EEN TOONAANGEVENDE ONTWIKKELAAR EN PRODUCENT VAN BEKISTINGSSYSTEMEN EN MALLEN VOOR BETON. HET BEDRIJF UIT HULSTE IS ACTIEF IN 40 LANDEN EN BLIJFT INZETTEN OP NIEUWE PRODUCTIETECHNIEKEN EN UITVOERINGSPROCESSEN OM ZELFS DE MEEST COMPLEXE BETONWERKEN AAN TE KUNNEN.

Managing director **Ward Demyttenaere**: "Al sinds het prille begin staat export hoog op onze prioriteitenlijst. Bij een plotse terugval in onze thuismarkt zou het onze levensverzekering zijn. We trokken naar de buurlanden en ook in Ierland voerden we een aantal grote projecten uit. Daar gooide de financiële crisis echter roet in het eten. Voor ons was het een serieuze wake-upcall: export is onze toekomst, maar we moeten meer diversifiëren."

ENGINEERING VAN TOPNIVEAU

Sindsdien slaat Construx zijn vleugels verder uit en laat het bedrijf uit Hulste ook vaker de Europese grenzen achter zich. Managing director **Anthony Jannes**: "Alleen laten onze producten zich niet zo makkelijk exporteren. In ruil voor dat dure transport moeten wij echte toegevoegde waarde bieden in de vorm van topengineering. Zodat klanten voor ons kiezen in plaats van voor lokale mallenbouwers."

WEBSITE ALS DRAAISCHIJF

Construx opereert in een nichemarkt waarbinnen maar weinig internationale spelers actief zijn. De voorbije jaren zorgde het internet voor een vrij natuurlijke expansie van de internationale activiteiten. Ward Demyttenaere: "Wie op zoek gaat naar hoogtechnologische bekistingssystemen komt haast automatisch op onze website terecht. Zelfs in Australië en Nieuw-Zeeland realiseerden we zo al grote projecten. Regelmatig halen we potentiële klanten naar Vlaanderen om samen enkele van onze referentieprojecten te bezoeken, want onze klanten hier zijn onze beste toonzaal."

KLEIN GROOT BEDRIJF

Ward Demyttenaere: "De voorbije jaren zijn we enorm gegroeid, zowel in onze thuismarkt als in het buitenland. Hoe dan ook is het een hele eer om als 'klein groot bedrijf' in deze competitie schouder aan schouder te staan met een klepper als Sioen Industries." Anthony Jannes: "We slagen erin om exportgroei, innovatie en Vlaamse verankering succesvol te combineren. Wij zijn het levende bewijs dat de maakindustrie wel degelijk nog een mooie toekomst heeft in Vlaanderen."

ID

Construx in cijfers (2018)

Sector: bouw

Opgericht in: 2003

Hoofdkantoor in: Hulste

Aantal medewerkers: 122 voltijdequivalenten

Exportomzet: 12.700.000 euro
(54% van de totale omzet)

Aanwezig in: 40 landen

MARELEC FOOD TECHNOLOGIES

“DOOR TE SPARREN MET ONZE PARTNERS BOUWEN WE STEEDS BETERE MACHINES”

MARELEC UIT NIEUWPOORT IS EEN WERELDSPELER IN ZIJN NICHE. DE MACHINEBOUWER ONTWERPT EN VERVAARDIGT HOOGTECHNOLOGISCHE PORTIONEER- EN SORTEERSYSTEMEN VOOR VOEDSELVERWERKENDE BEDRIJVEN IN DE VIS-, PLUIMVEE- EN VLEESSECTOR. DE INTELLIGENTE PORTIESNIJDERS EN SORTEERMACHINES VINDEN HUN AFZET IN 65 LANDEN.

MARELEC, kort voor marine elektronica, is ontstaan uit de masterthesis van oprichter en CEO **Piet Rommelaere** en de sectorervaring van zijn vader Marcel: “Mijn eindwerk draaide rond een systeem dat de kracht in visnetten meet. Neemt de kracht plots toe, dan zit er een net vast en dreigt boot over te hellen. Op dat moment treedt het veiligheidssysteem in werking.

Na enkele projecten ontwikkelden we begin jaren 90 een weegsysteem voor op zee op basis van dezelfde technologie. Weer wat later ontwierpen we samen met imec en een spin-off van de KU Leuven de 3D-camera die het hart vormt van onze huidige sorteer- en portioneermachines.”

VLEES OP HET MENU

International Sales Manager **Tom Dewaele**: “De interne markt was hoe dan ook te klein als afzetgebied, dus vanaf de start vertrokken onze machines vooral richting buitenland. Vandaag is dat al naar 65 landen, maar we blijven nieuwe opportuniteiten spotten. Vooral China en Thailand staan momenteel hoog op onze prioriteitenlijst. De levensstandaard stijgt er snel, waardoor er meer vlees, gevogelte en vis op het menu komen.”

DIAGNOSE OP AFSTAND

MARELEC werkt met een fijnmazig netwerk van agenten en verdelers die de lokale vlees- of vismarkt door en door kennen en ook de dienst-na-verkoop verzorgen. Tom Dewaele: “Elke verdeler trainen we uitgebreid in installatie en onderhoud. Verder kunnen we van op afstand een diagnose stellen door de machine online te verbinden. Naast een verdere uitbreiding van het dealernetwerk overwegen we om op termijn te investeren in eigen filialen in een aantal kernregio's.”

SPARRINGPARTNERS

Piet Rommelaere: “De export van hightechoplossingen is dé levensader van dit op-en-top West-Vlaamse familiebedrijf. Dat we internationale successen boeken, hebben we te danken aan onze eigen R&D-investeringen, maar zeker ook aan de vele mooie samenwerkingsverbanden met imec, KU Leuven, Sirris, VLAIO, Flanders' FOOD ... Door te sparren met al die partners bouwen we steeds betere machines.”

ID

MARELEC Food Technologies in cijfers (2018)

Sector: machinebouw

Opricht in: 1983

Hoofdkantoor in: Nieuwpoort

Aantal medewerkers: 70 voltijdequivalenten

Exportomzet: 24.172.569 euro
(95% van de totale omzet)

Aanwezig in: 65 landen

SIOEN INDUSTRIES

R&D ALS MOTOR VAN WERELDWIJD MARKTLEIDERSCHAP

MET BIJNA 5.000 MEDEWERKERS VERSPREID OVER MEER DAN 20 LANDEN, IS SIOEN UITGEGROEID TOT DÉ INTERNATIONALE REFERENTIE VOOR TECHNISCH TEXTIEL. DAARNAAST IS HET WEST-VLAAMSE FAMILIEBEDRIJF OOK DE EUROPESE MARKTLEIDER IN PROFESSIONELE BESCHERMKLEDIJ EN ONTWIKKELT HET INNOVATIEVE KLEUROPPLOSSINGEN. HET GEHEIME INGREDIËNT VAN DAT SUCCES: EEN CONTINUE FOCUS OP R&D.

CEO **Michèle Sioen**: "Van theezakjes over zeildoeken tot platte daken, ons technisch textiel kent tientallen toepassingen in diverse sectoren. En onze beschermkledij wordt dan weer gedragen door zowel vissers in Noorwegen als brandweerlui in Dubai. Kortom: overal waar je komt, drukt Sioen zijn stempel. Een ambitie die al van bij het prille begin aanwezig was."

HORIZONTEN VERLEGGEN

"Mijn ouders trokken in de jaren 60 en 70 de grenzen over", legt Michèle Sioen uit. "Exporteren is intussen een deel van ons DNA. Meer zelfs, het is vandaag een expliciete strategische doelstelling om wereldmarktleider te zijn. We breiden onze actieradius voortdurend uit met nieuwe afzetgebieden. Bovendien boren we geregeld nieuwe segmenten aan waarin onze expertise het verschil kan maken. Zo zijn we de laatste jaren fel gegroeid in geotextiel en kogelwerende kleding. En ook in die sectoren bereiken we snel de internationale top."

INNOVATIECULTUUR

De drijvende kracht achter het groeisucces: een ultramoderne R&D-afdeling. Michèle Sioen: "In 2018 investeerden we meer dan 9,5 miljoen euro in R&D en waren 205 medewerkers – of 4% van alle Sioen-werknemers – voltijds bezig met innovatie. Omdat ze werken voor klanten uit verschillende sectoren, beantwoorden de multidisciplinaire R&D-teams elke vraag met een open blik. Het resultaat: een brede waaier aan standaardproducten en op maat gemaakte textieloplossingen."

VERDER OP HETZELFDE ELAN

In de nabije toekomst wil Sioen vooral verder doorgroeien buiten Europa. Zo is er extra aandacht voor Aziatische opportuniteiten en staan ook de VS met stip onze radar. Michèle Sioen: "Hoewel we al twee productiefaciliteiten hadden in de VS, openden we er onlangs een eerste kantoor. Zo willen we onze troeven nog beter uitspelen. Onze kracht ligt immers in het meedenken met klanten op het vlak van innovatie en dan zit je beter aan de bron."

ID

Sioen Industries in cijfers (2018)

Sector: technisch textiel

Opgericht in: 1960

Hoofdkantoor in: Ardooe

Aantal medewerkers: 4.697
voltijdequivalenten

Exportomzet: 458.110.000 euro
(91% van de totale omzet)

Aanwezig in: 127 landen

THE BIG FIVE



BUFFEL
(SOCIAAL)



LEEUW
(BEREKEND)



LUIPAARD
(BEHENDIG)



NEUSHOORN
(ALERT)



OLIFANT
(INTELLIGENT)

5 KENMERKEN VAN EEN TREFZEKERE EXPORTEUR

GEEN LEEUW VAN DE EXPORT ZONDER DE STEUN VAN TROUWE SPONSORS – EN VOOR DE 18E EDITIE LATEN ZE ZICH VAN HUN BEESTIGSTE KANT ZIEN. HUN ONDERSTEUNING IS NIET ALLEEN CRUCIAAL VOOR ONZE JAARLIJKSE COMPETITIE, MAAR OOK VOOR WIE ZONDER KLEERSCHEUREN DE INTERNATIONALE SAVANNE WIL DOORKRUISEN. WAAROP MOET U LETTEN AAN HET BEGIN VAN UW EXPORTAVONTUUR? DIE VRAAG VUURDEN WE AF OP ELKE SPONSOR. DE ANTWOORDEN BUNDELDEN WE IN 'THE BIG FIVE' – EEN REEKS ESSENTIËLE EIGENSCHAPPEN VOOR KANDIDAAT-EXPORTEURS, NAAR ANALOGIE MET DE VIJF MEEST ICONISCHE DIERSOORTEN VAN AFRIKA: DE BUFFEL (SOCIAAL), LEEUW (BEREKEND), LUIPAARD (BEHENDIG), NEUSHOORN (ALERT) EN OLIFANT (INTELLIGENT).



ALTARES DUN & BRADSTREET

OM SLIM TE EXPORTEREN IS EEN SLURF ... EUH,
NEUS VOOR BIG DATA ESSENTIEEL.

WEINIG DIEREN HEBBEN ZO'N GOED GEHEUGEN ALS DE OLIFANT. DEZE MASTODONT WEET ALLE INFORMATIE DIE OP HEM AFKOMT JARENLANG IN ZIJN BOVENKAMER TE BEWAREN. OOK IN DE EXPORTJUNGLE IS ER AAN INFORMATIE GEEN GEBREK: VAN MACRO-ECONOMISCHE EN MARKTSPECIFIEKE INZICHTEN TOT GEGEVENS OVER PROSPECTS EN KLANTEN. MAAR HOE GEBEURT DATAVERZAMELING OP EEN INTELLIGENTE MANIER? VOOR HET ANTWOORD DOEN WE EEN BEROEP OP HET OLIFANTENGEHEUGEN VAN TWEE MEDEWERKERS BIJ DATAVERZAMELAAR **ALTARES DUN & BRADSTREET**: ADRIAAN KOM, HEAD OF STRATEGIC PARTNERSHIPS, EN ZIV BADIA, DIRECTOR BUSINESS DEVELOPMENT & PARTNERSHIPS.

Welke economische inzichten kunnen exportdata bieden?

"Tegenwoordig kunnen we de handelsstromen tussen landen exact in kaart brengen. Daaruit kunnen onder meer beleidsmakers heel wat inzichten puren. Zo wil de Europese Commissie zicht krijgen op de toegevoegde economische waarde van export. Door na te gaan welke Europese bedrijven exporteren en die data in verband te brengen met kennis rond hun omzet, het aantal medewerkers enzovoort, kunnen we de economische impact van export nauwkeurig meten en opvolgen."

Is dataverzameling een concurrentieel voordeel geworden?

"Absoluut! Met de data die wij verzamelen, leren bedrijven bijvoorbeeld veel over welke spelers in een bepaalde markt actief zijn. Vind je er voornamelijk kmo's? Of is de regio vooral het speelterrein van multinationals? Kent de doelmarkt al een grote concentratie aan exporteurs? Of is jouw export-niche er nog onontgonnen terrein? Dat zijn stuk voor stuk nuttige inzichten om je exportstrategie en marktbenadering te bepalen.

Ook voor overheden, trouwens, is deze informatie relevant. Ze kunnen er onder andere de juiste klemtonen mee leggen bij het uittekenen van exportstimulerende maatregelen."

Met het toegenomen belang van dataverzameling stijgt ook de aandacht voor privacy ...

"Dat klopt. Wie actief is op het vlak van dataverzameling beschikt over een schat aan informatie. De GDPR maakte bedrijven ervan bewust dat je hier niet slordig mag mee omspringen. Ook wie data van anderen deelt, moet waakzaam zijn: wat deel ik, met wie en waarom? Toegegeven, de privacywetgeving lijkt soms een lastig karwei. Maar eenmaal je je zaken op orde hebt, krijg je er veel waardevols voor terug. Dataverzameling is altijd een kwestie van geven en nemen."



ALTARES DUN & BRADSTREET

- verzamelt wereldwijd data en maakt deel uit van D&B World Wide Network;
- biedt accurate en betrouwbare bedrijfsinformatie over meer dan 300 miljoen ondernemingen;
- verbindt ondernemingen met een wereldwijd netwerk van bedrijven en specialisten.

CREENDO & ING BELGIË

JE EXPORTTERRITORIUM BEREKEND UITBREIDEN,
DOE JE DOOR JE SYSTEMATISCH IN TE DEKKEN
TEGEN FINANCIËLE EN ECONOMISCHE RISICO'S.



VAN DE KONING VAN DE JUNGLE KAN U HEEL WAT LEREN ALS HET OP EXPORTEREN AANKOMT! EEN LEEUW GAAT BIJVOORBEELD ALTIJD ZELFVERZEKERD EN BEREKEND OP ZIJN DOELWIT AF. NABIL JIJAKLI, GROUP DEPUTY CEO BIJ KREDIETVERZEKERAAR **CREENDO**, EN CHRISTOPHE FLAMEN, TRANSACTION SERVICES SALES MANAGER BIJ **ING BELGIË**, LEGGEN UIT WAT DE ANDERE LEERPUNTEN ZIJN.

Welke risico's moeten bedrijven incalculeren vóór ze op internationaal avontuur vertrekken?

Nabil Jijakli: "De grootste valkuil is zonder twijfel het betalingsrisico. Meer dan de helft van de Vlaamse exporteurs kreeg al eens te maken met wanbetalers: denk maar aan problemen met de internationale geldoverdracht, buitenlandse klanten die failliet gaan of gewoonweg weigeren te betalen. Door een kredietverzekering af te sluiten, kunnen exporteurs zich indekken tegen dit betalingsrisico."

Christophe Flamen: "Daarnaast geeft een 'letter of credit' exportbedrijven zekerheid van betaling. Via zo'n L/C voert de bank van de tegenpartij een risico-onderzoek uit en wordt een kredietlimiet vastgelegd. Vertrouw je de buitenlandse bank niet voor de volle 100%, dan kan je het risico bijvoorbeeld overhevelen naar een Belgische bank die je wel vertrouwt: die aanpak noemt men 'een letter of credit confirmeren'. Je betaalt een premie, maar bent wel volledig gedekt."

CREENDO

- boogt op bijna 100 jaar ervaring als een van de grootste kredietverzekeraars ter wereld;
- is actief in alle segmenten van kredietverzekering;
- biedt wereldwijd dekking tegen de risico's van internationale handelstransacties.

Welke voorbereidingen zijn nog een must?

Christophe Flamen: "Verder is het zaak om je te beschermen tegen wisselkoersrisico's, want tussen het afsluiten van een contract en de betaling zitten al snel drie tot zes maanden. Je kan contracten opstellen in internationale munten of met een vaste wisselkoers. Of je dekt je in met bancaire producten. Let wel, die beschermen je tegen negatieve koersschommelingen, maar dat betekent ook dat je niet of slechts beperkt kan profiteren van gunstige evoluties. Wil je dat wel, dan kan je werken met opties op toekomstige wisselkoersen."

ING BELGIË

- stelt mensen in staat om zowel privé als zakelijk doordachte financiële beslissingen te nemen aan de hand van relevante, actuele informatie;
- beschikt over 16 Business Centers, waar gespecialiseerde Transaction Services Consultants bedrijven ondersteunen bij hun internationale handel;
- ontwikkelde samen met FIT en Credendo een exportspel dat kandidaat-exporteurs door alle fases van internationalisering loodst. Meer info: exportgame@ing.com.

Nabil Jjakli: "Tot slot is er het resiliatierisico. Concreet verbreekt de importeur dan het contract vóór de levering, en dat terwijl het exportbedrijf vaak al veel heeft geïnvesteerd of kosten heeft gemaakt om de bestelling te bolwerken. Een kredietverzekering biedt soelaas bij dergelijke contractverbrekingen door de gemaakte kosten te dekken. Maar nog belangrijker is om je huiswerk grondig voor te bereiden en na te gaan of lokale zakenpartners financieel betrouwbaar zijn. Ook daarin kan een kredietverzekeraar je bijstaan."

Hebben jullie nog bemoedigende woorden voor jonge exportleeuwen?

Nabil Jjakli: "Laat je zeker niet afschrikken! De laatste jaren zien we de macro-economische risico's toenemen. Denk maar aan het toenemende protectionisme en de bijbehorende importheffingen. Vertrouwde markten opzoeken, lijkt dan de meest logische reflex, maar niets is minder waar. Je exportbusiness diversifiëren door uiteenlopende markten aan te boren,

is de boodschap. Vlaamse bedrijven exporteren vandaag voor meer dan 60% binnen Europa. Maar wil je groeien, hogere winstmarges boeken en je toekomst veiligstellen, dan moet je ook aandacht hebben voor verdere bestemmingen. Hoe je je dan indekt tegen de grotere risico's, schat je het best in op basis van objectieve kredietratings."

Christophe Flamen: "Hoe verder je exporteert, hoe groter de risico's – dat klopt. Tegelijk vind ik het bewonderenswaardig hoe Vlaamse exporteurs hun expertise internationaal in de markt zetten door doelgericht niches aan te boren. Dat merk je in de cijfers: export is goed voor ongeveer 85% van ons bbp. Dat is bijna twee keer zoveel als het gemiddelde in de eurozone. Belangrijk is wel om niet op onze lauweren te rusten en het exportterritorium van onze bedrijven stap voor stap en berekend te blijven uitbreiden. Daar heeft ook onze lokale economie alleen maar baat bij: internationale handel leidt tot heel wat extra investeringen en werkgelegenheid op eigen bodem."

DHL EXPRESS & H.ESSERS

EEN GEZONDE DOSIS DURF EN
ONDERNEMERSZIN IS HET IDEALE STARTPUNT
VOOR EEN BEHENDIG EXPORTVERHAAL.



IN EEN VAART VAN MEER DAN 60 KM PER UUR EN TEGEN TOPSNELHEDEN TOT WEL 112 KM PER UUR ZOEVEN LUIPAARDEN DOELTREFFEND DOOR HUN JACHTGEBIED. OOK IN DE WERELD VAN EXPORT ZIJN SNELHEID EN BEHENDIGHEID TROEF. VOOR CONCREET ADVIES OVER HOE U UW LOGISTIEK EN TRANSPORT OPTIMAAL IN GOEDE BANEN LEIDT, NEMEN WE POOLSHOOGTE BIJ DANNY VAN HIMSTE, CEO BELUX BIJ **DHL EXPRESS**, EN BOB VAN STEENWEGHEN, MARKETING & CORPORATE AFFAIRS MANAGER BIJ **H.ESSERS**.

Wat mag niet ontbreken aan het begin van een realistisch exportverhaal?

Danny Van Himste: "Internationalisering lijkt soms onbegonnen werk, maar het startpunt is eigenlijk vrij eenvoudig wat mij betreft. Alles staat of valt met een gezonde dosis durf en ondernemerszin. De voordelen van export wegen dan ook ruimschoots op tegen de tijd en middelen die je investeert

in de voorbereiding. Dat blijkt ook uit ons recent onderzoek. Ondernemers die exporteren, zijn tot 30% succesvoller. Dat komt onder andere door de betere spreiding van risico's en het grotere marktpotentieel dat je benut.

Al zijn er uiteraard valkuilen om te vermijden. Vlaamse kmo's kennen hun nicheproducten bijvoorbeeld door en door,



DHL EXPRESS

- is een wereldleider in internationaal expresvervoer, verspreid over ruim 220 landen en grondgebieden;
- biedt logistieke ondersteuning aan bedrijven dankzij de kennis en kunde van meer dan 100.000 medewerkers.

maar hun kennis van vooral verre markten is soms nog te beperkt om een efficiënte go-to-marketstrategie op te zetten. Voor een vliegende start komt het erop aan je te laten omringen door de juiste partners: organisaties met de juiste slagkracht en kennis om je internationale logistieke processen te optimaliseren, verduurzamen en digitaliseren. Dat zijn trouwens ook pistes om je te differentiëren van je concurrenten. Neem nu digitalisering: dat stelt je in staat om betere klantencontacten en after-salesprocessen uit te bouwen of flexibelere leveringsmodaliteiten aan te bieden.”

Bob Van Steenweghen: “De ‘name of the game’ is samenwerken, dat staat buiten kijf. Een logistieke partner kan je bijvoorbeeld bijstaan om het potentieel van big data te verzilveren. Want naast goederenstroom is ook een efficiënte informatiestroom de basis van logistiek succes in binnen- en buitenland.

Welke gegevens – over klanten, leveranciers, leveringsmodaliteiten enzovoort – verzamel je wel of niet? En hoe beheer je die veelheid aan data het best? Door dit soort vragen samen met de juiste partners te beantwoorden, boek je op het vlak van distributie heel wat efficiëntiewinst. Denk maar aan het verbeteren van leadtimes door zendingen beter te bundelen en de laadcapaciteit te optimaliseren.”

Hoe ziet de toekomst van export en internationale logistiek eruit?

Bob Van Steenweghen: “De toekomst van logistiek is zonder twijfel multimodaal: meerdere transportmiddelen – de weg, het spoor, waterwegen ... – aanwenden om goederen op hun bestemming te krijgen. Al gaan we zelfs een stap verder onder de noemer ‘synchronodaal’. Concreet betekent dit dat we voor lange trajecten verschillende transportmodi slim combineren in functie van zowel de prioriteiten van de klant als een aantal parameters die zich aanpassen naargelang de omstandigheden, zoals files. Dat biedt veel voordelen. Het is betrouwbaarder, want je kan vertragingen makkelijker opvangen. Ook zijn de leadtimes korter, omdat goederen van verschillende exporteurs worden gecombineerd. Dat vergroot de bezettingsgraad van de vervoersmiddelen en het drukt de kosten. Bovendien is het duurzamer: niet alleen verlaagt de CO₂-uitstoot, milieubewuste keuzes worden ook gestimuleerd bij het plannen van leveringen.



IT'S TRANSPossible.

H.ESSERS

- ondersteunt bedrijven bij logistiek beheer in veeleisende sectoren zoals chemie, farma, gezondheidszorg, voeding en luchtvracht;
- is een Vlaams familiebedrijf met ruim 1.060.000 m² aan magazijnruimte, 1.475 vrachtwagens en 6.560 medewerkers op 73 locaties in 17 landen;
- won in 2013 zelf de Leeuw van de Export in de categorie ‘Bedrijven met 50 of meer medewerkers’.

Zelf trekken we voluit de synchronodale kaart. Momenteel is 41% van onze vloot al op die manier inzetbaar – en dat percentage stijgt alleen maar. Daarom investeren we fors in onze controletoeren, die optimale routes en combinaties van transportmodi berekent.”

Danny Van Himste: “Verder zie ik nog twee – ogenschijnlijk tegenstrijdige – trends die de toekomst van logistiek zullen bepalen. Enerzijds willen eindklanten almaar meer vrijheid en flexibiliteit bij het kiezen van hoe ze hun zendingen ontvangen. Anderzijds zijn ze ook almaar meer bezorgd om het duurzame en ecologische aspect. Zoveel mogelijk transparantie bieden, is een mogelijk antwoord op dat dilemma. Ook daarin speelt digitalisering een belangrijke rol. Het staat toe om bedrijven en eindklanten inzicht te bieden in de ecologische impact van hun verzendingen en hoe ze die kunnen compenseren.

Al doen we er ook alles aan om onze eigen dienstverlening te verduurzamen. Tegen 2050 willen we CO₂-neutraal zijn. Daarvoor doen we vandaag al de nodige investeringen. Bijvoorbeeld in zonnepanelen, waterrecuperatie en – waar mogelijk – milieuvriendelijkere vervoersmiddelen zoals elektrische wagens en fietskoeriers.”

PROVINCIE LIMBURG, POM LIMBURG & LOCATE IN LIMBURG

LOKALE EN INTERNATIONALE BEDRIJVEN
KUNNEN ELKAAR VERSTERKEN MET NIEUWE
EXPERTISE EN KNOWHOW.



WAT WE SAMEN DOEN, DOEN WE BETER. ZO WEEET OOK DE BUFFEL. DIT UITERST SOCIALE DIER LAAT ZICH OMRINGEN DOOR EEN HECHTE KUDDE – WAARIN GEEN ECHTE LEIDER, MAAR WEL SAMENHORIGHEID DE PLAK ZWAAIT. BUFFELS VERDEDIGEN ELKAAR ZELFS ZO STERK, DAT ZWAKKERE DIEREN OF KUDDELEDEN MET EEN BEPERKING JARENLANG DEEL BLIJVEN UITMAKEN VAN DE GROEP. OOK OP DE EXPORTSAVANNE BIEDT SAMENHORIGHEID VOORDELEN. WAAROM DAT ZO IS, VERTELT TOM VANDEPUT, GEDEPUTEERDE VAN ECONOMIE VAN LIMBURG EN VOORZITTER VAN DE PROVINCIALE ONTWIKKELINGSMAATSCHAPPIJ LIMBURG.

Liggen er nog veel kansen open voor Vlaamse bedrijven om internationaal samen te werken?

"Absoluut. Vlaanderen is een plaats waar elk goed idee het potentieel heeft om de wereld te veroveren, mits een slimme aanpak. Alleen moeten onze ondernemers zelf nog meer in die mindset geloven. Daarom proberen we lokale ondernemers te wapenen om hun exportambities waar te maken. Samenwerking met buitenlandse ondernemers stimuleren, speelt daarbij een belangrijke rol. Zo kunnen buitenlandse bedrijven onze lokale spelers niet alleen financieel versterken via investeringen of kapitaalinjecties, ze leveren vaak ook nieuwe expertise en knowhow waarmee Vlaamse managementteams aan slagkracht winnen. Of omgekeerd, uiteraard!"

Gaat de internationalisering van Vlaamse bedrijven al ver genoeg?

"Beetje bij beetje ... Zo zien we de export naar verre bestemmingen – zoals Turkije, Rusland en China – gaandeweg toenemen, maar veel opportuniteiten blijven nog onderbenut. De meeste exporteurs houden vast aan het cascade-principe: ze exporteren eerst naar Nederland, dan volgt Frankrijk en vervolgens Duitsland. Op de internationale markt maakt die traditionele aanpak almaar meer plaats voor het 'born global'-model. Zogeheten born globals doen er alles aan om de beste te zijn in een specifiek domein en gaan dan meteen wereldwijd op zoek naar potentiële klanten die openstaan voor hun nicheaanbod.

Vlaanderen heeft deze boodschap wel begrepen. Zowel de bedrijfs- als de beleidswereld werken hard op dit thema. En dat is maar goed ook. Verder dan Europa durven kijken is immers ook nodig om op economische schommelingen te anticiperen. Door je exportmarkten te diversifiëren, spreid je de risico's over verschillende markten. Gaat het minder in een bepaalde regio, dan kan een andere markt dit compenseren."

Hoe geven jullie zelf het goede voorbeeld op het vlak van samenwerking?

"Om exportbedrijven te versterken, nemen we deel aan verschillende overlegplatformen. Die definieerden enkele kerndomeinen waar Vlaanderen en ook Limburg al sterk in staan of waar we nog groeimarge zien. Dat gaat van de maakindustrie over logistiek tot de creatieve economie, groene en slimme energie, cleantech en de zorgsector. Voor sommige domeinen werden speerpuntclusters en innovatieve bedrijfsnetwerken



PROVINCIEBESTUUR LIMBURG

- telt zo'n 700 medewerkers die zich inzetten voor de provinciale taken zoals economie, innovatie, mobiliteit, ruimtelijke ordening, onderwijs en internationale aangelegenheden;
- biedt toegang tot een subsidieloket voor uiteenlopende economische of innovatieve projecten.



**PROVINCIALE
ONTWIKKELINGSMAATSCHAPPIJ
LIMBURG**

- staat in voor de uitvoering van het socio-economische beleid van Limburg;
- focust op de ontwikkeling van bedrijventerreinen en het bevorderen van een Vlaams kennisnetwerk.

opgericht volgens het zogeheten 'triple helix'-model: private bedrijven overleggen en werken nauw samen met publieke en academische instellingen. Het doel? Samen concrete innovatieprojecten op poten zetten over sectorgrenzen heen.

De meest ingrijpende zijn de hefboomprojecten. Die willen een aantoonbare impact teweegbrengen. Bijvoorbeeld: de inter-



LOCATE IN LIMBURG

- begeleidt buitenlandse bedrijven die in Limburg willen investeren;
- is een one-stop-shop voor ondernemingen met vragen rond onder meer fiscaliteit, vastgoed en subsidies.

nationalisering van een hele industrie boosten. Een clusterproject zal dus nooit de markt verstoren of een bepaald bedrijf voortrekken. Een mooi voorbeeld is Smart Port Limburg, een logistieke 'campus' op de voormalige Ford-site – compleet met incubator, demonstratie- en coördinatiecentrum. Het doel is om bedrijven met fysieke goederenstromen te ondersteunen in de transitie naar slimme logistiek. Samenhangigheid troef, dus!"

CEGEKA

VAT KLANTENDATA BIJ DE HORENS
MET DE JUISTE IT-PARTNER.



DE NEUSHOORN BEHOORT TOT DE ZWAARGEWICHTEN VAN HET DIERENRIJK. MAAR VERGIS U NIET: HIJ IS SNEL EN ALERT VOOR ALLES WAT OP HEM AFKOMT. ZIJN OREN BEWEGEN IN ALLE RICHTINGEN OM GELUID – LEES: INFORMATIE – OP TE VANGEN. DIE KENNIS IS ZIJN BESTE VERDEDIGING. DAT IS NÉT ZO OP DE EXPORTMARKT. HOE MEER DATA- EN MARKTINZICHTEN U BENUT, HOE BETER U DE CONCURRENTIE DE BAAS BLIJFT. STIJN BIJNENS VAN CEGEKA, EEN EUROPEES ZWAARGEWICHT IN HET CLOUDLANDSCHAP, VERKLAPT DE AANPAK.

Welke uitdagingen biedt export op het vlak van IT, digitalisering en bedrijfsprocessen?

“Veel Vlaamse kmo’s werken vandaag met lokale ERP-pakketten. Trek je naar het buitenland dan heb je internationaal ondersteunde software nodig. Je IT-infrastructuur wordt dan snel heel complex. Door je pc-omgeving in de cloud onder te brengen, los je dit deels op. Hierdoor ontzorgt je niet alleen jezelf, maar ook je medewerkers. Een bijkomend voordeel: als bedrijf moet je niet langer investeren in een eigen IT-omgeving. Je besteedt het hele proces uit en kan daardoor volop op je kernactiviteiten focussen.”

Brengen de toenemende digitalisering en automatisering ook voordelen om je concurrenten te slim af te zijn?

“Absoluut. Slim gebruik van data laat toe je klantervaring en diensten te personaliseren op een kostenefficiënte manier. Dat gebeurt vandaag al op grote schaal in b2c door giganten zoals Facebook en Google. Maar ook de b2b-markt evolueert in die richting: klanten krijgen een product op maat, terwijl je als bedrijf je saleskosten binnen de perken houdt. Een win-win dus. Voorwaarde is wel dat je klant bereid is om zijn data te delen in ruil voor bijvoorbeeld gepersonaliseerde offertes en lagere prijzen.”

Hoe blijven ondernemers het bos door de bomen zien in de veelheid aan data?

“Verwacht wordt dat de blockchaintechnologie nog aan belang zal toenemen. Het systeem maakt de hele logistieke keten zichtbaar en waarborgt de oorsprong van de gegevens. Dat is vooral bij internationale goederenstromen heel belang-

rijk. Blockchain werkt met één versie van de waarheid, die door elke deelnemer wordt bevestigd. Op termijn moet dit het internationaal zakendoen versnellen en vereenvoudigen.”

Waar moeten bedrijven op letten bij het kiezen van een IT-partner voor hun internationale ambities?

“Om je internationale IT-infrastructuur te beheren, moet ook je leverancier de geplogenheden van je doelmarkt kennen. Met andere woorden: heeft hij de ‘boots on the ground’ om je buitenlandse avontuur mee te ondersteunen? Kies voor een partner die IT-technisch meekan. De cloud ontzorgt dan wel de klant, maar niet de provider: die moet over voldoende knowhow beschikken en toekomstgericht kunnen denken. Alleen zo kan je samen innoveren.”



CEGEKA

- is als betrouwbare IT-partner in meer dan 20 Europese landen actief;
- levert end-to-end IT-oplossingen die bedrijven helpen groeien en digitaal relevant maken.

**WIL U DE UITREIKING
VAN DE LEEUW VAN
DE EXPORT 2019
LIVE MEEMAKEN?**

DAT KAN!
OP 18 SEPTEMBER
MAKEN WE DE WINNAARS BEKEND
TIJDENS DE PLECHTIGE PRIJSUITREIKING
IN HANGAR58 IN GENK/BOKRIJK.

SCHRIJF U SNEL IN OP
WWW.LEEUWVANDEEXPORT.BE
EN HOPELIJK MOGEN WE OOK U VERWELKOMEN.



WELKE DIGITALE STAPPEN MOET U ONDERNEMEN BIJ INTERNATIONALISERING?

EEN INTERNATIONALE WEBSITE IS HET BEGIN VAN ALLE RIJKDOM

EEN EXPORTVERHAAL OPSTARTEN HEEFT GEVOLGEN VOOR UW DIGITALE PROFILERING. ZO SPEELT U MET EEN INTERNATIONALE WEBSITE BETER IN OP NIEUWE OPPORTUNITEITEN IN HET BUITENLAND. MAAR HOE PAKT U DAT HET BEST AAN? WE ZETTEN DE BELANGRIJKSTE ELEMENTEN OP EEN RIJ.



HET BELANG VAN EEN INTERNATIONALE WEBSITE

Betreedt u nieuwe markten, dan willen uw buitenlandse prospects eerst weten welk vlees ze in de kuip hebben. Uw website – uw digitale visitekaartje – is daarvoor het meest geschikte middel. Wat heeft u te bieden? Via welke kanalen verkoopt u? Hoe profileert u uw merk? Hoe betrouwbaar bent u? Wie zit in uw team? En waar doet u al zaken?

Dit is slechts een greep uit de vele vragen van potentiële klanten. En de antwoorden kunnen uw exportverhaal een vliegende start geven of hypothekeken. De oplossing: een sterke internationale website.

DE MAKKELIJKSTE OPLOSSING: EEN MEERTALIGE WEBSITE

Het is verleidelijk om uw website simpelweg te vertalen en dan te wachten tot nieuwe klanten komen aanwaaien. In ons land heeft u misschien al een Franstalige versie van uw website en dan is de stap naar de Franse exportmarkt klein. Voeg daar nog Engels aan toe en u kan de wijde wereld in met uw producten of diensten.

De redenering is eenvoudig: uw marketingstrategie werkt goed op de binnenlandse markt, dus waarom zou ze over de grenzen niet aanslaan? Dat is meteen ook de grootste fout. Exportmarkten – hoe dichtbij ze ook mogen zijn – zijn geen verlengstukken van de binnenlandse markt. U moet voor elk land nagaan wie uw ideale klanten zijn, hoe u hen bereikt en wat daarvoor de beste strategie is. Anders gezegd: de vertaalde content van uw website mist mogelijk slagkracht in het buitenland.

Een Spaanstalige website betekent immers niet automatisch dat u snel Spaanstalige klanten in uw CRM-systeem zal mogen toevoegen. Net zoals er een verschil is tussen Brits- en Amerikaans-Engels, zijn er ook verschillen in uitdrukkingen, jargon en kernwoorden tussen het Spaans uit Spanje en bijvoorbeeld Mexico. En belangrijker: ook de cultuur is anders, met onder meer eigen gewoontes, feestdagen en tradities.

DE BESTE OPLOSSING: EEN MULTIREGIONALE WEBSITE

Pas niet enkel de taal aan, maar ook de inhoud. Maak bijvoorbeeld optimaal gebruik van lokale seizoenen en populaire onderwerpen in uw exportmarkt(en), en geef uw prijzen weer in de juiste valuta. Zorg er ook voor dat uw domeinnaam die scheiding weerspiegelt, zoals www.uwmerk.com/nl voor de Nederlandse markt. Dat maakt het voor zoekmachines duidelijk welke resultaten het aan welke bezoeker moet linken, waardoor u meer internationaal websiteverkeer genereert. Het nadeel is echter dat deze optie duur is en het veel tijd vergt om elke websiteversie goed te onderhouden. Voor u uw keuze maakt, neemt u er dus het best uw exportstrategie bij.

TIP MAAK TAALKEUZES

› GAAT U VOOR EEN MEERTALIGE WEBSITE, SELECTEER DAN GEEN 20 VERSCHILLENDE TALEN. PRIORITEER UW EXPORTMARKTEN, KIES 2-3 TALEN EN VERTAAL DAARNA ALLE CONTENT DIE U GEBRUIKT: WEBPAGINA'S, NIEUWSBRIEVEN, MARKETINGMATERIAAL ... ZORG ER BOVENDIEN VOOR DAT DE VERTALERS UW MERK GOED BEGRIJPEN, ZODAT ZE U CORRECT PROFILEREN BIJ EEN INTERNATIONAAL PUBLIEK.

UW DOMEINNAAM HEEFT DAN IDEALITER DEZE STRUCTUUR VOOR BIJVOORBEELD DE FRANSTALIGE MARKT: WWW.UWMERK.COM/FR.

TIP VRAAG EEN FIT-SUBSIDIE AAN

Via de Vlaamse subsidie voor digitale internationale bedrijfscommunicatie kan u financiële steun (tot 2.250 euro) aanvragen voor:

- internationale websites en/of webshops;
- een bedrijfsfilm;
- sociale media door externe specialisten.

Alle aanvragen doet u online via www.flanderstrade.be.

TESTIMONIAL ORBO

JOHAN NAESSENS algemeen directeur

OM ONZE GROEIAMBITIES WAAR TE MAKEN, RICHTEN WE ONZE PIJLEN NU OOK OP DE BUURLANDEN. MAAR ZONDER INTERNATIONALE WEBSITE IS DAT ONBEGONNEN WERK. WE KLOPTEN DAAROM AAN BIJ FIT. HET RESULTAAT: OP KORTE TIJD KREGEN WE DE NODIGE FINANCIËLE ONDERSTEUNING EN VANDAAG IS ONZE EERSTE DIGITALE STAP NAAR INTERNATIONALISERING EEN FEIT.

Johan Naessens, algemeen directeur bij verpakkingsspecialist Orbo uit Kortemark, kreeg in mei 2019 een FIT-subsidie van 2.250 euro voor digitale internationale commerciële bedrijfscommunicatie.

Vlaanderen
E-Internationaal
Ondernemen

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

NOG VRAGEN ROND SUCCESVOL EXPORTEREN?

Download onze gids '101 veelgestelde vragen over internationaal ondernemen' via www.flandersinvestmentandtrade.be/nl/publicaties.



Nieuwe Europese kmo-programma trekt de portefeuille open

TERWIJL DE VS EN CHINA DOORRAZEN OP HET VLAK VAN INNOVATIE, BLIJVEN EUROPESE SPELERS NOG TE VEEL TER PLAATSE TRAPPELEN. HOOFDORZAAK VOLGENS DE PAS OPGERICHTE EUROPESE INNOVATIERAAD (EIC): EEN GEBREK AAN FINANCIERING VAN RISICOVOLLE PROJECTEN. TE WEINIG VERNIEUWENDE IDEEËN HALEN DE MARKT BINNEN DE EU. DE EIC PAKT METEEN UIT MET EEN PROEFPROGRAMMA OM DAAR IETS AAN TE DOEN. ZO VOORZIET ACCELERATOR PILOT EEN FINANCIERING TOT 17,5 MILJOEN EURO VOOR KMO'S.



Door de komst van het Accelerator Pilot-programma verdwijnt de vorige formule SME Instrument van het toneel. De opzet blijft evenwel dezelfde: innovatieve ondernemingen met veel groeipotentieel een financiële springplank bieden om hun oplossingen te vermarkten op internationaal niveau. Alleen is er nu veel meer geld vrijgemaakt. En dat is ook goed nieuws voor Vlaamse innovators met buitenlandse ambities.

FINANCIËLE KLOOF OVERBRUGGEN

Lutgart Spaepen, directeur bij Enterprise Europe Network Vlaanderen, is duidelijk: "Europa moet een voortrekkersrol spelen voor strategische technologieën en innovaties. Dat kan alleen als onze expertise in onder andere kunstmatige intelligentie, biotechnologie en emissievrije energie tijdig wordt vermarkt. Ondernemers die al in een gevorderd stadium zitten om hun radicale vernieuwingen te commercialiseren, kunnen daarom vanaf nu meerdere vormen van steun aanvragen."

COFINANCIERING ALS NIEUWE HEFBOOM

"In het voorgaande systeem kon je enkel een subsidie aanvragen", legt Lutgart Spaepen uit. "Nu kan je ook opteren voor cofinanciering. In dat geval zal het nieuwe EIC Fonds tijdelijk een minderheidsaandeel – in principe 10 tot 25% – overkopen van je bedrijf. Krijg je toestemming voor een subsidie én cofinanciering, dan kan het totale bedrag oplopen tot maar liefst 17,5 miljoen euro. Daarvoor moet je wel een pitch voorbereiden en het due diligence-onderzoek van het EIC doorstaan. Maar een ding is zeker: als banken of andere kredietverleners de boot afhouden wegens 'te veel risico', biedt Accelerator Pilot een uitweg."

SUBSIDIEBEDRAGEN VOOR KMO'S BINNEN ACCELERATOR PILOT:

- Beurs: 500.000 tot 2,5 miljoen euro (70% van het innovatieproject).
- Cofinanciering: 2,5 miljoen tot 15 miljoen euro.
- Gemixte financiering: tot 17,5 miljoen euro.

4 maanden na de elektronische aanvraag krijgt u nieuws over uw dossier.

OPEN VOOR IEDEREEN

Lutgart Spaepen: "Net als vroeger kunnen Vlaamse kmo's bottom-upvoorstellen doen vanuit alle economische sectoren. Accelerator Pilot heeft geen beperkingen: alle voorstellen voor innovatieve producten, diensten en businessmodellen zijn welkom. Vier keer per jaar evalueert het EIC de inzendingen. De businessplannen met de beste mogelijkheden voor een commerciële uitrol gaan door naar de tweede fase: een persoonlijk interview. Daarna volgt ofwel de toekenning – of weigering – van een subsidie ofwel een verder onderzoek en due diligence in het kader van co- of gemixte financiering.

AANVRAAGDEADLINES VOOR DE VOLGENDE 12 MAANDEN:

- 9 oktober 2019
- 8 januari 2020
- 18 maart 2020
- 19 mei 2020
- 7 oktober 2020

ONDERSTEUNING VAN A TOT Z

"Een bijkomend voordeel van Accelerator Pilot is de sterke omkadering voor ondernemers", besluit Lutgart Spaepen. "Voor hulp bij de beginfase kan je bijvoorbeeld rekenen op de steun van Enterprise Europe Network Vlaanderen. We treden op als key accountmanager voor deelnemende Vlaamse bedrijven en hebben een brede dienstverlening: van een haalbaarheidsevaluatie van je voorstel over het verfijnen van je businessplan tot de voorbereiding van je pitch. Word je geselecteerd voor het programma, dan krijg je van het EIC bovendien continue coaching en mentoring voor de hele duur van de cofinanciering. Deze fase wordt overigens ook begeleid door het Enterprise Europe Network."

VLAAMSE EXPERTISE
EN KNOWHOW
KUNNEN BINNEN
EUROPA EN VER
DAARBUITEN HET
VERSCHIL MAKEN.

BENIEUWD NAAR DE ERVARINGEN VAN VLAAMSE ONDERNEMERS MET ACCELERATOR PILOT?

In een volgende editie van Wereldwijs laten we hen aan het woord.

HEEFT U INTUSSEN VRAGEN OVER HET NIEUWE EUROPESE KMO-PROGRAMMA?

Neem contact op Magali Parent van Enterprise Europe Network Vlaanderen via 02 432 42 42 of magali.parent@vlaio.be.

UITGELICHT

BEURSDEELNAME

South by Southwest (SXSW) in het Amerikaanse Austin

15 tot en met 18 maart 2020

Wat in 1987 nog begon als een lokaal muziekfestival is intussen een van de belangrijkste internationale podia voor de creatieve industrie: South by Southwest. De focus ligt hoofdzakelijk op muziek, film, multimedia, digital entertainment, gaming en innovatieve technologieën.

Waarom moet u deelnemen?

Voor de tweede keer op rij organiseert FIT een deelname voor Vlaamse exporteurs. Zo krijgt u niet alleen de kans om uw diensten of producten te showen aan het publiek tijdens de Trade Show (15-18 maart), maar krijgt u ook toegang tot allerhande randactiviteiten. Zo focust FIT in 2020 op de conferentie en het pitchingprogramma SXSW Pitch. Tot slot richten we ook een Belgian Café op voor een netwerkevent.

Goed om te weten: u kan voor het eerst kiezen uit verschillende deelnameformules.

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 september 2019 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Annemieke De Tollenaere op +32 2 504 87 33 of annemieke.detollenaere@fitagency.be



INSCHRIJVEN?

www.flanderstrade.be

VRAGEN OVER INTERNATIONAAL ONDERNEMEN?

STEL ZE AAN ONZE PROVINCIALE KANTOREN!

Antwerpen > 03 376 12 20

antwerpen@fitagency.be

Limburg > 011 29 20 80

limburg@fitagency.be

Oost-Vlaanderen > 09 276 19 30

oostvlaanderen@fitagency.be

Vlaams-Brabant > 016 66 56 00

vlaamsbrabant@fitagency.be

West-Vlaanderen > 050 24 74 10

westvlaanderen@fitagency.be

KALENDER

CONTACTDAGEN

3 FRANKRIJK

4 tot en met 11 september 2019

Hasselt, Veurne, Leuven, Gent en Antwerpen
INSCHRIJVEN? Tot en met 10 september 2019 op www.flanderstrade.be

4 HONGARIJE, POLEN, ROEMENIË EN TSJECHIË

18 tot en met 25 september 2019

Leuven, Mechelen, Veurne, Gent en Hasselt
INSCHRIJVEN? Tot en met 23 september 2019 op www.flanderstrade.be

5 INDIA EN PAKISTAN

2 tot en met 9 oktober 2019

Hasselt, Antwerpen, Gent, Brugge en Leuven
INSCHRIJVEN? Tot en met 7 oktober 2019 op www.flanderstrade.be

6 CANADA EN DE VS

16 tot en met 23 oktober 2019

Leuven, Gent, Kortrijk, Mechelen en Hasselt
INSCHRIJVEN? Tot en met 21 oktober 2019 op www.flanderstrade.be

BEURZEN

7 ADIPEC

Abu Dhabi

11 tot en met 14 november 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 september 2019 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Frank Baeyens op +32 2 504 88 49 of frank.baeyens@fitagency.be

8 BIO EUROPE

Hamburg

11 tot en met 13 november 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 september 2019 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Jeroen De Vuyst op +32 2 504 88 55 of jeroen.devuyst@fitagency.be

9 SLUSH

Helsinki

21 en 22 november 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 september 2019 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Annemieke De Tollenaere op +32 2 504 87 33 of annemieke.detollenaere@fitagency.be

10 ARAB HEALTH

Dubai

27 tot en met 30 januari 2020

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 september 2019 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Annemieke De Tollenaere op +32 2 504 87 33 of annemieke.detollenaere@fitagency.be

GROEPSZAKENREIZEN

1 ECUADOR EN PERU

Lima, Guayaquil en Quito

3 tot en met 9 november 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 1 oktober 2019 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Ewa Bulthez op +32 2 504 87 70 of ewa.bulthez@fitagency.be

2 NIGERIA

Lagos en Abuja

10 tot en met 15 november 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 20 september 2019 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Johan Malin op +32 2 504 87 58 of johan.malin@fitagency.be



LEEUV VAN DE EXPORT 2019

FLANDERS INVESTMENT & TRADE



Jean-Marc Vandoorne,
CEO Biobest Group
Winnaar Leeuw van de Export 2018

Wie wint de Leeuw van de Export 2019?

Maak het live mee in Genk
op woensdag 18 september!

Inschrijven kan op LEEUVVANDEEXPORT.BE

CREDENDO

ING 

provincie
Limburg 

pom
Limburg
economisch
versnellen

 LOCATE
IN LIMBURG


altares
dun&bradstreet

 cegeka




H.ESSERS
IT'S TRANSPOSSIBLE.