

WERELDWIJS

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

113

11 \ 2018

i3-TECHNOLOGIES

“EXPORT MOET JE
VOORAL WILLEN”

BEREID U VOOR OP
DE BREXIT
MET ONZE 6 TIPS

EDITO

ZAKENDOEN MET DE TOEKOMST IN HET VIZIER

Beste lezer,

Het is medio oktober – vlak na een behoorlijk verhitte verkiezingsstrijd – en we worden verwend met temperaturen rond de 25°C. Fantastisch om dat nazomerse gevoel nog even vast te houden, maar het biedt toch stof tot nadenken. Want tegelijk kampen zuiderse gebieden met overstromingen en bedreigen orkanen of tyfoons de levens van miljoenen mensen. De klimaatopwarming laat zich voelen, zoveel is zeker.

Ook u kan uw steentje bijdragen om dit proces een halt toe te roepen. Door meer duurzaamheid te creëren: op ecologisch maar ook op economisch en sociaal vlak. Dit krachtige trio vormt immers de sleutel tot een toekomstbestendige samenleving. Maatschappelijk verantwoord ondernemen wint aan belang. Omdat bedrijfsleiders zelf doordrongen zijn van de urgentie. Of omdat klanten, medewerkers en andere stakeholders dat vragen. Meer zelfs: eisen. Samen beseffen we dat het niet meer anders kan, als we volgende generaties nog de best mogelijke toekomst willen geven.

FIT helpt u bij uw maatschappelijk verantwoord internationaal ondernemen. En dat is nog maar het topje van de ijsberg van onze brede dienstverlening. U leest hier verderop meer over. Of vraag het ons gewoon, we helpen u graag met uw vragen, uitdagingen en opportuniteiten.

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/20796
twitter.com/FlandersTrade

11\2018 **113**

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.





4

IN GESPREK MET i3-TECHNOLOGIES

EXPORT IS DURVEN FALEN

GERT VAN ERUM,
CEO i3-TECHNOLOGIES

10 FIT

DIENSTVERLENING

Onze AIO's nemen u op sleeptouw

8 MARKTINFO

10 BREXIT

Bereid u voor op de brexit met deze 6 tips

16 EHBIO

Eerste Hulp bij Internationaal Ondernemen

18 ENTERPRISE EUROPE NETWORK

Duurzaam ondernemen is investeren in de toekomst

21 TELEX

22 KALENDER

INHOUD



ID

i3-Technologies in cijfers (2017)

Sector: Technologie
(voor klaslokalen en vergaderzalen)

Opgericht in: 2013 (vanuit de i3-Group)

Hoofdkantoor in: Diest

Vestigingen in: België, Nederland, Duitsland,
Frankrijk, VS, Dubai, Hongkong en Colombia

Aantal medewerkers: 275 voltijdsequivalenten

Omzet: 67 miljoen euro

Aanwezig in: 87 landen



i3- TECHNOLOGIES

EXPORT IS VOORAL
IETS WAT JE MOET
WILLEN

“AN INVESTMENT IN KNOWLEDGE PAYS THE BEST INTEREST”. DE GEVLEUGELDE WOORDEN VAN BENJAMIN FRANKLIN WEERKLINKEN BIJNA 300 JAAR LATER NOG IN HET VLAAMS-BRABANTSE DIEST. DAAR BOUWT I3-GROUP AAN HET KLASLOKAAL VAN DE TOEKOMST. SCHOOLBORDEN, MEUBILAIR EN VOORAL TECHNOLOGISCHE VERNIEUWINGEN OM DE VOLGENDE GENERATIE KLAAR TE STOMEN VOOR DE WERELD VAN MORGEN. DE CIJFERS LIEGEN ER NIET OM. OP 5 JAAR TIJD HEEFT I3-TECHNOLOGIES, DE TECHNOLOGIEPOOT VAN I3-GROUP, ZICH OPGEWERKT TOT EEN VAN DE WERELDSPELERS. HOOG TIJD OM ONS LICHT OP TE STEKEN BIJ CEO **GERT VAN ERUM**.

i3-Group, tot voor kort gekend als VANERUM Group, viert in 2018 zijn 50e verjaardag. Een gouden huwelijk tussen Vlaamse ondernemingszin en de nood aan moderne klaslokalen. Vader Robert Van Erum startte in 1968 nog met de import en verdeling van klassieke schoolborden uit Duitsland. Nadien begon het familiebedrijf zelf borden en klasmeubilair te produceren. De eigen creaties vonden geleidelijk aan hun weg naar scholen in binnen- en buitenland. “Door de hoge transportkosten ging het de eerste decennia vooral over de buurlanden”, verduidelijkt Gert Van Erum, die in 1996 de fakkel overnam. “Het is pas door de digitale transformatie dat we exponentieel onze actieradius hebben uitgebreid.”

DIGITAL NATIVES

Na de eeuwwisseling werd duidelijk dat technologie in het onderwijs onvermijdelijk was. De nieuwe generatie vroeg om geschikte technologische hulpmiddelen. Traditionele leeromgevingen stonden op de helling en digitale klaslokalen hadden de wind in de zeilen. Een kolfje naar de hand van i3-Group. Net

als in de beginjaren tastte het bedrijf eerst de markt af met de verdeling van ingevoerde producten. Maar een investeringsgolf in het Nederlandse onderwijs legde al snel de mogelijkheden bloot. i3-Group besliste daarom om in 2013 een eigen technologiemark in het leven te roepen: i3-Technologies. Een merk dat vandaag wereldwijd een gevestigde waarde is met software, hardware en toebehoren voor klaslokalen en – in toenemende mate – vergaderzalen.

OMRINGD DOOR GROTE SPELERS

Aan klaslokalen en vergaderzalen geen gebrek in de wereld. Hoe ziet het globale concurrentieveld eruit?

Gert Van Erum: “Slechts een vijftiental bedrijven profileren zich internationaal om de interactiviteit in lessen en meetings te bevorderen met technologische oplossingen. In die zin bevindt i3-Technologies zich in een nichemarkt. Hoewel grote spelers zoals Google en Microsoft ook hun activiteiten uitbreiden naar onze sector, staan we vandaag in de top 5 van aanbieders

– China en de VS buiten beschouwing gelaten. De onderwijssector is van bij het prille begin onze hoofddoelgroep, maar de laatste jaren evolueert vooral de bedrijfswereld in ijtempo naar een omgeving waar snelle toegang tot gebruiksvriendelijke technologische hulpmiddelen aan belang wint. Daar liggen voor ons mooie groeikansen.”

In welke zin gaf de jarenlange exportervaring op groepsniveau i3-Technologies een concurrentieel voordeel?

Gert Van Erum: “Onze andere twee afdelingen – i3-Solutions en i3-VCP – spitsen zich voornamelijk toe op borden en meubilair, fysiek grote producten. In de Benelux hadden we een sterke reputatie, maar daarbuiten was het veelal onontgonnen terrein. Op dat vlak moest i3-Technologies het voor zichzelf waarmaken. Het grote voordeel is dat de digitale revolutie regionale verschillen tussen klaslokalen doet vervagen. Vroeger waren de manier van lesgeven en de aankoopstrategie van de school bepalend voor de klasinrichting. Nu zorgen eenduidige interactieve borden voor een globaal product. Bovendien is technologie bij uitstek exporteerbaar. Dat maakt de uitvoer van softwareoplossingen voor klaslokalen eenvoudiger.”

EERST JE PRODUCT
FINETUNEN, DAN DE
INTERNATIONALE
MARKT OP

ZIN OM TE EXPORTEREN

Welke raad kan u collega-ondernemers meegeven om export te lanceren?

Gert Van Erum: “Export is niet altijd romantisch – zeker in het begin. Dan moet je kunnen terugvallen op wilskracht. Een exportstrategie uitwerken is enerzijds een bedrijfsmatige beslissing, maar moet anderzijds worden ondersteund door de uitdrukkelijke wil om nieuwe markten te betreden. Succesvolle internationale ondernemers denken bij buitenlandse reizen vooral in mogelijkheden en niet in kosten. Daarnaast is het belangrijk om potentiële markten zelf te verkennen. Aan je bureau blijven zitten, levert niets op. Deelnemen aan beurzen is een goed begin, desnoods als bezoeker. Je ontmoet er de voornaamste spelers uit de sector en spreekt er met prospects over verwachtingen en wensen. Een nuttige vorm van marktonderzoek en het kan ook low budget.”

Heeft u nog tips?

Gert Van Erum: “Je product of service moet ‘klaar’ zijn. Zo kozen we er bewust voor om ons leerplatform i3LEARNHUB eerst uitgebreid te testen in Vlaanderen. Op die manier sleutel je op vraag van klanten aan het eindproduct en ga je achteraf met vertrouwen de internationale markt op. Het onderwijs in Vlaanderen geniet bovendien een uitstekende reputatie. Een strategie die loont, want i3LEARNHUB heeft een nominatie op zak voor de Bett Award van ‘beste onderwijsapplicatie van het jaar’.”

EXPORT IS
DURVEN FALEN

GEOGRAFISCHE SPREIDING

Na 5 jaar is i3-Technologies aanwezig in 87 landen. Hoe verliep die steile opmars?

Gert Van Erum: “De Benelux was onze eerst targetmarkt, daarna volgden de andere Europese landen. Maar ook het Midden-Oosten stond snel op onze radar. Die markt heeft veel banden met Europa, vooral met het VK. Privéscholen zoals Brighton of Oxford genieten in de Arabische wereld veel aanzien en het netwerk van privéscholen is er vaak groter dan het publieke onderwijs. Daar had i3-Technologies van bij het begin oog voor. Latijns-Amerika was de volgende horde. Daar zijn we op korte tijd uitgegroeid tot marktleider. Een combinatie van strategie, toeval en nieuwe opportuniteiten aangrijpen. Een van onze concurrenten trok zich namelijk plots terug uit de Latijns-Amerikaanse markt en we beslisten vrijwel meteen om de distributie over te nemen.”

Bieden Azië en Afrika dezelfde mogelijkheden voor i3-Technologies?

Gert Van Erum: “China domineert veruit de Aziatische markt, dus daar is onze aanwezigheid beperkt. Enkel in Singapore en Hongkong hebben we voet aan de grond omdat privé-onderwijs daar belangrijk is. Afrika is een ander verhaal. Vanuit het Midden-Oosten en Zuid-Afrika nemen we in verschillende Afrikaanse landen deel aan aanbestedingen. Met name Noord-Afrikaanse landen zoals Tunesië en Marokko bieden interessante opportuniteiten. i3-Technologies gaat vooral op zoek naar markten die een degelijk onderwijssysteem, probleemloze internettoegang en politieke stabiliteit combineren. In dat opzicht heeft Centraal-Afrika nog een weg af te leggen.”

DUITSLAND BOVEN

Welke landen bieden de grootste groeimogelijkheden?

Gert Van Erum: “Op dit moment is Duitsland goed voor ongeveer 20% van onze omzet, net als de Benelux. De Duitse overheid investeert in de volgende jaren nog eens 23 miljard euro in de technologische vernieuwing van het onderwijs. Dus daar liggen veel groeimogelijkheden. Daarnaast is vooral het zogeheten leapfrogging een interessant fenomeen: van heel traditioneel onderwijs snel overstappen naar alles digitaal. Zo heeft Turkije op 3 jaar tijd 365.000 klassen uitgerust met technologie. Maar ook Mexico, Brazilië en andere typische groeilanden proberen op korte tijd het hele onderwijssysteem te vernieuwen. De traditionele, ontwikkelde markten – behalve Duitsland – evolueren veel trager en worden langs verschillende kanten ingehaald. Ook ons eigen onderwijssysteem dreigt achterop te geraken.”



Zijn er markten waar i3-Technologies tevergeefs voet aan de grond probeert te krijgen?

Gert Van Erum: "Ja. Rusland is een potentieel grote markt. De protectionistische houding van de regering schrikt exporteurs echter af. We probeerden nog met constructies via Finland, maar na enkele pogingen besloten we onze activiteiten in Rusland te staken. Het sop was de kool niet waard. Als kmo moet je gericht met je middelen omgaan. Wanneer een exportstrategie dreigt te falen, kies dan op tijd eieren voor je geld."

EEN PARTNERNETWERK

Hoe zorgt u ervoor dat uw producten wereldwijd aan de man gebracht worden?

Gert Van Erum: "i3-Technologies heeft afdelingen in Denemarken, Frankrijk, Duitsland en de Benelux. Maar het is vooral een uitgebreid netwerk van distributeurs en resellers dat het bedrijf internationaal vooruit stuwt. Ons exportsysteem staat of valt met onze partners. Zij moeten ter plaatse onze waarden verdedigen en service leveren. Van op afstand kan je het concurrentieveld evalueren en mogelijke klanten screenen, maar lokale krachten bieden een absolute meerwaarde. Zeker in een cultuurgebonden sector zoals het onderwijs waar veel content lokaal moet worden ingevuld. Voor tenders zijn plaatselijke partners een zegen. Ze bieden meer zekerheid op het vlak van certificatie en voegen lokale accenten toe aan de tenderdossiers. Dat kan de doorslag geven. Door onze flexibiliteit halen we het vaak van grotere, logge concurrenten. De zoektocht naar die sterke allianties verloopt meestal via mond-tot-mondreclame en ook FIT of lokale tegenhangers van FIT bieden hulp."

OPPORTUNITEITEN
ZIEN EN ZE
AANGRIJPEN

OEFENING BAART KUNST

Merkt u vaak culturele verschillen op bij die internationale samenwerking?

Gert Van Erum: "Wij zijn een directe communicatiestijl gewend in Europa. In het Midden-Oosten moet je daarentegen tussen de regels lezen en intensief werken aan persoonlijke relaties. Zakenlui in Arabische landen hechten veel belang aan face-to-facecontact en lokale gewoontes spelen er een prominente rol. Dan is geduld een mooie deugd. Zo heeft elke regio zijn bijzonderheden die je als exporteur onderweg leert kennen. Daarvoor hoef je zelfs niet ver te reizen. Wel hebben we een streepje voor: het luisterend oor en de flexibele houding van Vlamingen geven onze regio een goede reputatie."

THE AMERICAN DREAM

i3-Technologies is een internationale hit. Waar liggen de ambities?

Gert Van Erum: "Onze ambitie is om over enkele jaren 5 tot 10% van de globale markt in handen te hebben. Niet door ons te richten op de grote massa, maar door een boetiek met state-of-the-arttechnologie te ontwikkelen. In de nabije toekomst kijkt i3-Technologies vooral naar de VS om door te groeien. Veel Amerikaanse staten investeren in onderwijs en de VS zijn een eenge maakte markt, in tegenstelling tot het gefragmenteerde Europa. Dat maakt export enigszins 'gemakkelijker'. Daarnaast staan ook Brazilië, Australië en het VK bij de mogelijke groeilanden."



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'.

FINTECH IN POLAND

Van betalen met onze smartphone over online krediet aanvragen tot investeren met een muisklik: financiële technologie – kortweg 'fintech' – zorgde voor een ware revolutie in de financiële wereld. Polen omarmde deze snelgroeiende sector en ontpopte zich de voorbije vijf jaar tot de grootste fintechmarkt van Centraal- en Oost-Europa. Voor leveranciers opent dit nieuwe deuren om met innovatieve oplossingen op de proppen te komen. Deze marktstudie belicht de Poolse fintechsector in al zijn facetten.



DE CHEMISCHE INDUSTRIE IN OOSTENRIJK

Deze studie van ons kantoor in Wenen geeft een overzicht van de chemische industrie in Oostenrijk.

De marktstudie gaat kort in op de drie belangrijkste deelsectoren:

1. de productie van basis- (industriële) chemicaliën
2. de productie en verwerking van plastic
3. de productie van commerciële en gespecialiseerde chemicaliën

De deelsector Lifesciences werd eerder al behandeld in een aparte studie, waarvan een update is gepland voor 2019. Ook krijgt u een zicht op de belangrijkste clusters en kenniscentra en van de Oostenrijkse chemiebedrijven aanwezig in Vlaanderen. Tot slot wordt kort ingegaan op de mogelijkheden voor Vlaamse bedrijven en op de toekomst van de chemische industrie in Oostenrijk.





RECYCLAGE IN CHILI

Chili is een land in volle ontwikkeling dat volop inzet op de levenskwaliteit van zijn inwoners en op economische groei. Belangrijk daarbij is het creëren van een circulaire economie met een goed gestructureerd 'waste-treatment'-systeem. Kortom, minder afval genereren en herbruikbare materialen zo veel mogelijk recycleren. In de praktijk probeert Chili dat te realiseren door het doorvoeren van een 'Extended Producer Responsibility'-wet. Daarbij zijn producenten en importeurs verantwoordelijk voor het afval dat ze in de Chileense samenleving binnenbrengen. Deze ERP-wet is van kracht sinds 2016, maar de quota met betrekking tot het volume waar producenten en importeurs de verantwoordelijkheid voor moeten dragen, laten nog op zich wachten. Een eenduidige, goed werkende structuur op touw zetten, is dan ook een proces van lange adem. In deze studie van ons kantoor in Santiago wordt dieper ingegaan op de huidige situatie van de recyclagesector in Chili, relevante wetten en organisaties, en op opportuniteiten voor Vlaamse bedrijven.



Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be



BEREID U VOOR OP DE BREXIT MET DEZE 6 TIPS

DE MOEIZAME BREXITONDERHANDELINGEN BEROEREN DE GEMOEDEREN AAN WEERSKANTEN VAN HET KANAAL. HET KAN IN THEORIE NOG ALLE KANTEN OP, MAAR 29 MAART 2019 KOMT MET RASSE SCHREDEN DICHTERBIJ. LAAT U NIET VERRASSEN DOOR EEN MOGELIJKE NO-DEAL BREXIT EN STOOM UW BEDRIJF NU AL KLAAR. WERELDWIJS VERZAMELDE ALVAST 6 TIPS OM U OP WEG TE HELPEN.

Bedrijven die handeldrijven met het VK zullen de impact van een harde brexit meteen voelen. De Belgische Algemene Administratie van Douane en Accijnzen verwacht ongeveer 14% meer invoeraangiften en maar liefst 47% meer uitvoeraangiften. En dat is nog maar het topje van de ijsberg. Voor Vlaamse bedrijven was het VK immers de op drie na belangrijkste exportbestemming in 2017.

1 BEREKEN DE FINANCIËLE WEERSLAG

Elke onderneming moet voor zichzelf uitmaken hoe het een harde brexit het best opvangt. Zijn er logistieke aanpassingen nodig? Staat uw IT-infrastructuur op punt? Heeft u bufferstocks? Moet u opleidingen organiseren? Hoe houdt u het just-in-time-principe in stand? ... U beslist beter op voorhand welk budget u voor die aanpassingen nodig heeft en of u de extra kosten doorrekent aan de klant. Zo bereidt u zich in ieder geval voor op het zwartste scenario.

2 GA DE MOGELIJKE IMPACT VAN INVOERRECHTEN NA

Is er geen uitredings- of vrijhandelsakkoord op 29 maart 2019, dan valt de overheid terug op de afspraken van de Wereldhandelsorganisatie (WTO). Dat lijkt een sprong in het duister, maar dat hoeft het niet te zijn. De exacte bedragen van eventuele heffingen en uitklaringen zijn bekend en u kan op basis van uw huidige transacties met het VK de extra kosten vrij nauwkeurig in kaart brengen. Neem dus het zekere voor het onzekere en vraag de douanetarieven op voor uw producten. Vraag naar het WTO-tarief voor meest begunstigde naties. Maak daarna voorspellingen voor uw prijszetting.

3 BESLIS HOE U WISSELKOERSEN DE BAAS BLIJFT

Het VK behoorde nooit tot de eurozone, dus wisselkoersen maken al deel uit van uw huidige exportbeleid. Het Britse pond is door de aanhoudende onzekerheid echter een volatiele munt geworden. Door een eventuele verdere terugval van het Britse pond na de brexit zouden Europese producten nog duurder worden voor de Britten, wat kan leiden tot een dalende import. De risico's beperkt u door contracten in euro te onderhandelen of een wisselkoersclausule te bespreken. Ook een termijncontract kan een oplossing zijn.

4 VERLIES NORMEN EN VERPAKKINGSREGELS NIET UIT HET OOG

De Britse regering gaf eerder al te kennen dat de samenwerking met de EU na de brexit cruciaal blijft. Dat geldt ook voor de ruim 20.000 Europese normen die afspraken vastleggen over producten, diensten en methodes in verschillende sectoren. Het VK zal dus – zeker in de beginfase – de richtlijnen van het Europese Bureau voor Normalisatie (CEN) blijven volgen. Daar hebben ze zelf baat bij: CEN en ISO, het Internationale Bureau voor Normalisatie, zorgen immers samen voor ruim 95% van de huidige Britse normen. Op termijn is afwijking wel mogelijk.

Ook de impact van nieuwe verpakkingsvoorschriften zal om dezelfde reden eerder beperkt zijn in de beginfase. Bij de ingang van de brexit neemt het VK immers de Europese wetgeving over via de EU Withdrawal Bill. Op termijn kunnen beide factoren wel voor een grote ommekeer zorgen. Houd dus de vinger aan de pols. Voor specifiek advies kan u terecht bij uw beroepsfederatie, het Belgisch Bureau voor Normalisatie (NBN) en het Belgisch Verpakkingsinstituut (BVI).

5 HERBEKIJK BESTAANDE CONTRACTEN

Een getekend contract is in theorie bindend, brexit of geen brexit. Toch kan het voor alle partijen interessant zijn de huidige regels en voorwaarden van die overeenkomsten te herbekeken. Extra clausules voor bestaande – en nieuwe contracten – kunnen u en uw partners heel wat kopzorgen, tijd en kosten besparen. Bovendien bevestigt u zo uw goede reputatie als commerciële partner en geeft u aan op langere termijn door te willen gaan. Een overmachtsclausule zorgt er bijvoorbeeld voor dat u niet aansprakelijk bent als u door bepaalde onvoorziene omstandigheden niet aan de contractuele verplichtingen kan voldoen. Bij een heronderhandelingsclausule laat u dan weer ruimte om de onzekere uitkomst van de brexit nadien te bespreken.

6 DIVERSIFIEER UW EXPORTACTIVITEITEN

Is het VK een van de belangrijkste exportmarkten voor uw onderneming? Dan doet u er goed aan tijdig nieuwe markten te verkennen om uw afhankelijkheid van de Britse markt te verlagen en aan risicospreiding te doen. FIT organiseert in dat opzicht beursdeelnames, groepszakenreizen, ontmoetingen met inkopers en seminaries. Daarnaast biedt het ook individuele ondersteuning voor Vlaamse exporteurs. Tot slot zijn er ook subsidies die kmo's financiële steun bieden voor kennisuitbreiding en de ontwikkeling van internationale bedrijfsactiviteiten.

Uw bedrijf klaarstomen voor de brexit zal tijd en middelen vergen, maar u staat er niet alleen voor. Zo genieten kmo's onder bepaalde voorwaarden van een waaier aan subsidiemogelijkheden. Daarover leest u meer in de volgende editie van Wereldwijs.

VERDIEPT U ZICH GRAAG NU AL IN DE SUBSIDIEMOGELIJKHEDEN?


Surf dan naar www.flanderstrade.be voor ons uitgebreide brexitdossier.



DIENSTVERLENING FIT

ONZE AIO'S NEMEN U OP

VLAAMSE ONDERNEMERS MET INTERNATIONALE AMBITIES ZIJN BIJ FLANDERS INVESTMENT & TRADE AAN HET JUISTE ADRES. WANT WE ZIJN WERELDWIJD ACTIEF IN 96 KANTOREN: EEN HOOFDKANTOOR IN BRUSSEL, 90 BUITENLANDSE KANTOREN EN 5 PROVINCIALE KANTOREN. UW EERSTE CONTACT VERLOOPT DOORGAANS VIA DE PROVINCIALE KANTOREN, WAAR DE DEUREN ALTIJD WAGENWIJD OPENSTAAN VOOR ALLE VLAAMSE BEDRIJVEN. VOOR PERSOONLIJKE, STRUCTURELE BEGELEIDING WENDT U ZICH TOT EEN VAN ONZE ADVISEURS INTERNATIONAAL ONDERNEMEN (AIO'S). ZIJ STAAN DAGELIJKS OP HET TERREIN, ELK IN ZIJN OF HAAR PROVINCIE, OM UW EXPORTPLANNEN TE STROOMLIJNEN EN UW VRAGEN TE BEANTWOORDEN. 3 AIO'S STAKEN DE KOPPEN BIJ ELKAAR VOOR WERELDWIJS: ANEMONE MONSIEUR (WEST-VLAANDEREN), KARLA LAHEYE (OOST-VLAANDEREN) EN DIRK SMOLDERS (VLAAMS-BRABANT).





SLEEPTOUW





DE BREDE EXPERTISE VAN FIT IS EEN MEERWAARDE VOOR ZOWEL GROTE EXPORT-BEDRIJVEN ALS STARTENDE EXPORTEURS

DIRK SMOLDERS,
AIO VLAAMS-BRABANT



WAAROM ZIJN DE AIO'S ONMISBAAR IN HET GLOBALE NETWERK VAN FIT?

PETER JASPERS

Coördinator

Binnenlands Netwerk FIT

“Flanders Investment & Trade heeft in elke Vlaamse provincie een kantoor waar zowel startende exportbedrijven als actieve exporteurs een antwoord vinden op al hun vragen over internationaal ondernemen. Dat gaat van simpele inlichtingen over mogelijke subsidies, acties en events tot heel gerichte informatie over specifieke markten. Onze provinciale kantoren zijn perfect geplaatst om u als eerste aanspreekpunt wegwijs te maken in het netwerk van FIT en gepaste oplossingen aan te bieden. Naast die eerstelijns hulp biedt ons binnenlandse netwerk ook one-on-one begeleiding aan. Elke Vlaamse regio heeft haar eigen adviseurs Internationaal Ondernemen (AIO's) die u graag structureel begeleiden bij uw exportplannen. Door persoonlijke gesprekken weet u meteen waar uw troeven liggen en waar nog ruimte is voor verbetering. Voor een uitgebreid advies over het exportpotentieel van uw onderneming kan u bovendien een beroep doen op onze Exportmeter.”

ANEMONE MONSIEUR (WEST-VLAANDEREN)

“Wij kennen de bredere werking van FIT door en door. Ikzelf ben de jongste aanwinst van het team met 4 jaar op de teller, maar Karla werkt al 11 jaar als AIO vanuit Oost-Vlaanderen. Dirk koos er in 2013 voor om het binnenlands netwerk te versterken na een lange periode in onze buitenlandse kantoren. Wij werken over alle diensten heen en kunnen zo snel en efficiënt ondernemers met exportambities helpen of doorverwijzen.”

KARLA LAHEYE (OOST-VLAANDEREN)

“Naast die oriënterende en informatieve functie zijn we nog meer dan vroeger structurele trajectbegeleiders geworden. We denken mee met bedrijven. Na een verkennend gesprek evalueren we bijvoorbeeld het potentieel van mogelijke exportmarkten voor bepaalde producten of diensten, of hoe je een specifieke markt idealiter aanboort.”

DIRK SMOLDERS (VLAAMS-BRABANT)

“We zijn geen echte landen- of sectorspecialisten, maar hebben veel ervaring met internationaal zakendoen. Daardoor kunnen we ondernemers een spiegel voorhouden met zowel praktische als strategische tips om hun product of dienst op de wereldkaart te zetten. Bedrijven hebben steeds meer behoefte aan maatwerk op dat vlak en die uitdaging gaan we graag aan.”



DE JARENLANGE PERSOONLIJKE
BAND MET ONDERNEMERS DIE
INTERNATIONAAL GROEIEN
GEEFT MIJ DE MEESTE
VOLDOENING

KARLA LAHEYE,
AIO OOST-VLAANDEREN

WIJ KOMEN VOLLEDIG
VRIJBLIJVEND EN
KOSTELOOS LANGS
BIJ ONDERNEMERS

ANEMONE MONSIEUR,
AIO WEST-VLAANDEREN

HEEFT DE REGIONALE SPREIDING VAN DE AIO'S EEN MEERWAARDE VOOR ONDERNEMERS?

KARLA LAHEYE (OOST-VLAANDEREN)

"Absoluut. Face-to-facecontact is van onschatbare waarde, zeker in een wereld waar persoonlijke relaties het onderspit lijken te delven. Een bedrijf moet je zien en voelen. Bovendien komen we zo meer over elkaar te weten. Heeft ondernemer X negatieve exportervaringen achter de rug of deed hij al een beroep op externe hulp? Onderwerpen die je beter face-to-face bespreekt. Omgekeerd komt onze veelzijdige service beter aan bod in een persoonlijk gesprek. Nog niet iedereen weet immers wat FIT allemaal voor hen kan betekenen."

ANEMONE MONSIEUR (WEST-VLAANDEREN)

"Onze fysieke aanwezigheid is vooral belangrijk voor kleinere spelers of bedrijven die voor de eerste keer in contact komen met FIT. Samengevat maken we een probleemanalyse aan de hand van wat ondernemers ons vertellen. Daarna toetsen we die informatie aan de diensten van FIT en zijn structurele partners om zo tot een match te komen. De AIO is in principe een bruggenbouwer."

DIRK SMOLDERS (VLAAMS-BRABANT)

"Exporteren is niet moeilijker of makkelijker dan verkopen binnen de grenzen. Het concept blijft hetzelfde. Uiteraard komen er een aantal extra's bij zoals invoerrechten, transport of taal, maar voor elk van die bijkomende uitdagingen bestaat een gepaste oplossing. Die helpen wij mee zoeken."

WELK VOORDEEL HALEN ONDERNEMERS UIT HET BINNENLANDSE NETWERK?

DIRK SMOLDERS (VLAAMS-BRABANT)

"Bedrijven kunnen bij ons terecht met vragen over subsidies, statistieken, mogelijke klanten of distributeurs in specifieke exportmarkten, reglementeringen, referenties van buitenlandse spelers en nog tal van andere gerichte verzoeken. Maar net doordat we de nadruk leggen op persoonlijk contact, komt er vaak een dynamiek op gang die een meer diepgaande band stimuleert."

KARLA LAHEYE (OOST-VLAANDEREN)

"Onlangs ging ik op bezoek bij een startende exporteur die op zoek was naar opportuniteiten in Zuid-Europa. Als je dan vermeldt dat FIT enkele maanden later een groepszakenreis voor start-ups langs incubatoren en acceleratoren in Porto en Lissabon organiseert, gaan de ogen open. Koppel daar nadien de ondersteuning bij het ontwerpen van een exportplan aan en je bent vertrokken voor een vruchtbare samenwerking."

ANEMONE MONSIEUR (WEST-VLAANDEREN)

"Kortom, als ervaren en doelgerichte adviseurs binnen FIT zorgen we ervoor dat bedrijven bij hun internationaliseringsplannen op een efficiënte manier gebruikmaken van ons bredere netwerk en dat van onze partnerorganisaties. Zoals de Britten het zo mooi zeggen: 'the proof of the pudding is in the eating.'"

BENIEUWD NAAR WIE UW ADVISEUR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN IS?

1. Surf naar www.flandersinvestmentandtrade.com/export/contact/kantoren-vlaanderen.
2. Geef uw postcode in.

EHBIO

EERSTE HULP BIJ INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

ELKE MAAND SCHIJNEN WE
UITGEBREIDER ONS LICHT OVER
EEN VRAAG UIT ONZE GIDS '101
VEELGESTELDE VRAGEN OVER
INTERNATIONAAL ONDERNEMEN'.

HOE BEPAAL IK MIJN PRIJS IN HET BUITENLAND?

GEEN EENVOUDIG PASSE-PARTOUTANTWOORD OP DEZE VRAAG. DAARVOOR ZIJN ER TE VEEL COMPLEXE EN VERANDERLIJKE FACTOREN IN HET SPEL. DENK AAN PRODUCTIE- EN DISTRIBUTIEKOSTEN, TRANSPORT, EVENTUELE VERZEKERINGEN EN BETALINGSMODALITEITEN. WEL ONDERSCHIEDEN WE EEN AANTAL PRIJSSTRATEGIEËN WAAR ERVAREN EXPORTEURS HANDIG VAN GEBRUIKMAKEN OM DIVERSE EXPORTMARKTEN TE BESPELEN. HIERBIJ EEN OVERZICHT VAN DE 5 MEEST VOORKOMENDE STRATEGIEËN.

PRIJSZETTING IS EEN STRATEGISCHE
DENKOEFFENING DIE JE EXPORT-
VERHAAL MAAKT OF KRAAKT

JAN SIMAEY, ZAAKVOERDER BIJ GARDECO,
UITGEVER VAN KUNST- EN DECORATIEOBJECTEN



5 PRIJSSTRATEGIEËN DIE U OP WEG HELPEN

1. SKIMMEN

U betreedt een exportmarkt initieel met een hoge prijs. De bedoeling is om voordeel te halen uit het gevoel van exclusiviteit van uw product of dienst, of uit de vraag naar uw nieuwe product. Enkel de kapitaalkrachtige klanten die kwaliteit boven prijs plaatsen, happen toe in deze fase. Daarna room je de volgende laag – meer prijsbewuste – kopers af (= 'skimmen'). Naargelang uw product of dienst meer ingang vindt, zakt de prijs verder tot ze op een competitief niveau komt voor de volledige markt. Deze prijsstrategie wordt vaak gebruikt door technologische spelers of bedrijven die veel investeren in R&D en promotie.

2. SNELLE MARKTPENETRATIE

Met deze meer agressieve prijsstrategie proberen internationale ondernemers snel een groot marktaandeel te verwerven. Dat doen ze door lage prijzen te hanteren in de beginfase. Winstmarges zijn daarbij klein of zelfs onbestaande. Vooral bedrijven die producten of diensten aanbieden waar prijsbewuste klanten in massa naar op zoek gaan, passen deze risicovolle maar effectieve methode toe om klanten aan zich te binden. Eens u het gewenste marktaandeel bereikt, gaat de prijs stap per stap omhoog – in de hoop dat klanten niet doorschakelen naar een andere aanbieder.

3. WAARDE VOOR DE KLANT

Hier geen neerwaartse of opwaartse prijsbewegingen. U bepaalt aan de hand van klantenonderzoek meteen een 'juiste' verkoopprijs voor uw product of dienst. Centrale vraag: wat is in de ogen van uw targetklanten een faire prijs? Daarna brengt u de productie-, verkoop- en exportkosten in rekening en ziet u welke winstmarge haalbaar is. Dit is vooral interessant voor ondernemers uit nichesectoren of aanbieders van producten waarbij kopers op hun gevoel afgaan, zoals mode en accessoires. Uitgaan van de eigen kosten zou daarbij kleinere winstmarges opleveren.

4. KOSTEN EERST

Het omgekeerde kan ook. Exporteurs leggen een verkoopprijs vast door bij alle kosten (productie, verkoop en export) een gunstige winstmarge op te tellen. Een eenvoudige rekenoefening waarbij verlies geen optie is. Slaagt u erin de kosten te verlagen – zoals Ryanair bijvoorbeeld doet – dan krijgt u scherpere prijzen en betere verkoopcijfers. Het grote nadeel is dat deze prijsstrategie blind is voor de concurrentie. Andere aanbieders zetten u schakmat door onder uw prijs te gaan. Vaak liggen uw kosten vast en moet u uw winstmarges bijstellen om competitief te blijven.

5. GANGBARE MARKTPRIJS

De verkoopprijs is het resultaat van uitgebreid concurrentieonderzoek. U gaat na welke prijzen andere spelers hanteren in uw sector en beslist dan of u voor een low cost, premium of doorsnee prijskaartje gaat. Het marktonderzoek waarop de prijzen gebaseerd zijn, laat u dus over aan anderen. Dat kan een efficiënte en eenvoudige strategie blijken, maar het volgen van uw concurrenten kan leiden tot tunnelvisie: als zij hun prijs laten zakken, doet u dat ook. Gevaarlijk voor uw winstmarges en bovendien moet u investeren in extra verkoopargumenten om uw product of dienst aan de man te brengen, aangezien de prijs niet doorslaggevend is.

Elke strategie heeft voor- en nadelen. Voor de ene ondernemer zal skimmen beter werken dan een prijsbepaling die uitgaat van de eigen kosten. Ook een combinatie van verschillende prijsstrategieën is mogelijk, maar eens uw verkoopprijzen bekend zijn, is er geen weg terug. Tenzij ze onderdeel vormen van een uitgekende prijsstrategie zijn prijswijzigingen immers risicovolle acties. Besteed daarom voldoende tijd aan voorbereidend onderzoek en strategisch denken.

NOG ANDERE VRAGEN ROND SUCCESVOL EXPORTEREN?

Download onze Leidraad voor Internationaal Ondernemen '101 veelgestelde vragen over internationaal ondernemen' via www.flandersinvestmentandtrade.be/nl/publicaties.



ENTERPRISE EUROPE NETWORK

“DUURZAAM ONDERNEMEN IS INVESTEREN IN DE TOEKOMST”



Advies voor uw onderneming binnen handbereik



TER VERSTERKING VAN DE INITIATIEVEN VAN DE EUROPESE COMMISSIE ORGANISEREN FIT EN ENTERPRISE EUROPE NETWORK VLAANDEREN INFOSESSIES OM DE COMMERCIELE EN STRATEGISCHE VOORDELEN VAN DUURZAAM INTERNATIONAAL ONDERNEMEN IN DE KIJKER TE PLAATSEN. DE EERSTE INFOSESSIE – MET HET BUREAU VOOR NORMALISATIE ALS DERDE PARTNER – VINDT PLAATS OP WOENSDAG 7 NOVEMBER. DAARIN GAAT ONDER MEER DUURZAAMHEIDSEXPERT MIEKE PIETERS VAN THE GLOBAL PICTURE DIEPER IN OP DE MEERWAARDE VAN DUURZAAM ONDERNEMEN VOOR KMO'S. HIERBIJ ALVAST EEN VOORSMAAKJE.

WAT?

Mieke Pieters: "Maatschappelijk verantwoord internationaal ondernemen (mvio) draait rond het vinden van een evenwichtige balans tussen de drie p's: **PROFIT** (werkgelegenheid, sponsoring enz.), **PEOPLE** (mensenrechten, diversiteit, sociale economie enz.) en **PLANET** (hernieuwbare energie, duurzame verpakkingen, recycling enz.)."

WIE?

Mieke Pieters: "Vooral grotere bedrijven doen op dit moment aan mvio, omdat ze over meer middelen beschikken voor de uitrol van een gericht beleid op dat vlak. Maar ook kmo's springen op de kar. Door hun flexibiliteit en snelle beslissingsproces kunnen ze hun processen efficiënt aanpassen om ecologische, economische en sociale duurzaamheid te creëren. Het gaat daarbij om 'shared value': acties die een meerwaarde bieden voor de klant, de maatschappij en de aandeelhouders. En daar heeft elke ondernemer baat bij."

WAAROM?

Mieke Pieters: "Duurzaam ondernemen is geen hype, maar een essentieel onderdeel van toekomstgericht ondernemen. Bedrijven die mvio in hun DNA integreren, nemen een grote voorsprong op de rest. Duurzaamheid gaat immers over het managen van risico's. Hoe gaan we om met de schaarste aan grondstoffen? Met de transitie naar hernieuwbare energie? Met de verpakkingsrevolutie? Met de strengere CO₂-regelgeving? Met ons eigen imago? Zo past de overheid – in haar rol als klant – nu al hoge duurzaamheidseisen toe. Niet onbelangrijk als je weet dat overheidsaankopen goed zijn voor meer dan 20% van het bnp."

EUROPESE INITIATIEVEN VOOR DUURZAAM INTERNATIONAAL ONDERNEMEN ZIJN OPSTEKER VOOR VLAAMSE KMO'S

De Europese Commissie heeft een actieplan opgesteld om de overgang te stimuleren naar een meer circulaire economie. Daarmee ijvert ze voor een duurzaam gebruik van hulpbronnen, waarin recycling en hergebruik een grote rol spelen. De voorstellen bestrijken de hele levenscyclus van producten: van productie over consumptie tot afvalbeheer. Om de overgang financieel te steunen springen onder meer de Europese structuur- en investeringsfondsen (ESIF) in de bres met 5,5 miljard euro voor afvalbeheer. Daarnaast is er 650 miljoen euro beschikbaar in het kader van Horizon 2020, het EU-programma voor onderzoek en innovatie.

BROUWERIJ HUYGHE TOONT HOE HET MOET

ONZE PRODUCTIE IS
IN 10 JAAR MEER DAN
VERDUBBELD, MAAR
ONZE CO₂-UITSTOOT
IS GEDAALD

DE BIERBROUWERS UIT MELLE VERZAMELDEN DIT JAAR AL 12 MEDAILLES OP VERSCHILLENDE INTERNATIONALE EVENTS. NIET ALLEEN DE BIEREN – WAARONDER PARADEPAARDJE DELIRIUM TREMENS – VALLEN OVERIGENS IN DE SMAAK, OOK DE DUURZAME EN SOCIALE BEDRIJFSKEUZES VINDEN VEEL WEERKLANK. ZO ONDERTEKENDE BROUWERIJ HUYGHE IN SEPTEMBER SAMEN MET 8 ANDERE BROUWERIEN EN DE VLAAMSE OVERHEID EEN GREEN DEAL OM DE LAT NÓG HOGER TE LEGGEN.

Purchase manager en milieucoördinator Filip Devolder legt uit hoe de brouwerij al jaren maatschappelijk verantwoorde keuzes maakt. "In de eerste plaats gaan we heel bewust – en dus kostenbesparend – om met elektriciteit, stoom en water. Zo investeerden we in 2012 en 2016 al in waterzuiveringsinstallaties. Daardoor hergebruiken we vandaag tot 70% van ons afvalwater. Niet om bier mee te brouwen – hoewel het de kwaliteit van drinkwater heeft – maar om onze machines te reinigen, spoelen of koelen."

GREEN DEAL

"Nu gaan we nog een stap verder", zegt Filip Devolder. "Dankzij een energiemonitoringsysteem met 120 meetpunten voor onder meer stoom, water, elektriciteit en chemicaliën hopen we nieuwe besparingen in te voeren. Daarnaast zetten we in op een verdere optimalisatie van ons waterbeheer en een hoger rendement van regenwater. Met de 8 collega-brouwers van de Green Deal gaan we bovendien samenwerken rond duurzaamheid en zo investeren in de toekomst."

VOOR GROOT EN KLEIN

De kleinere brouwerijen uit de Green Deal tonen aan dat maatschappelijk verantwoord ondernemen geen voorrecht is van grote ondernemingen. "Integendeel", beklemtoont Filip Devolder. "Kmo's en familiebedrijven zijn bijzonder flexibele organisaties met een sterke lokale verankering en nauwe banden met de stakeholders. De voorkeur voor verantwoord ondernemen groeit er vaak natuurlijk. Bovendien is de persoonlijke overtuiging van de zaakvoerder meestal genoeg om de bal aan het rollen te krijgen. Soms duurt het dan 5 tot

10 jaar voor je een investering terugverdient, maar je gaat met een verbeterde concurrentiële positie en een zogeheten 'license to operate' de toekomst tegemoet."

SOCIAAL BEWUST

Die 'license to operate' heeft brouwerij Huyghe deels te danken aan zijn sociale inspanningen. Filip Devolder: "Veel bedrijven automatiseren zo veel mogelijk processen in hun dagelijkse zoektocht naar efficiënte en kostenbesparende werkmethodes, maar wij hebben al jaren een andere reflex. Wij kiezen er immers uitdrukkelijk voor om sommige processen uit te besteden aan een beschutte werkplaats. Elke dag werken we samen met gemiddeld 15 sociale werknemers. Zij zorgen ervoor dat onze bieren die bestemd zijn voor de export – 82% van onze totaalomzet – in de juiste dozen en geschenkverpakkingen zitten. Een boost voor de sociale tewerkstelling in onze regio."

**MEER WETEN OVER DIT EUROPESE ACTIEPLAN
VOOR MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD
INTERNATIONAAL ONDERNEMEN EN DE BIJBEHORENDE
SUBSIDIEMOGELIJKHEDEN?**

Neem contact op met de adviseurs van Enterprise Europe Network Vlaanderen via 02 209 27 32 of enterprise.europe@vlaanderen.be. Voor meer info: www.enterpriseeuropevlaanderen.be.



**OOK FIT HELPT ONDER-
NEMERS DIE WERELDWIJD
EEN DUURZAAM BELEID
WILLEN UITBOUWEN OP WEG**

Download het e-book 'Verduurzamen van Internationaal Ondernemen' via www.flanderstrade.be.

21

Voor de bouw van 21 voetgangersbruggen langs de Mombasa-Nairobi-Eldoret Highway en de Thika Superhighway nemen de Keniaanse autoriteiten **VICTOR BUYCK STEEL CONSTRUCTION** in de arm. Het staalbouwbedrijf uit Eeklo zal de bruggen de komende 3 jaar bouwen.

Op de jaarlijkse World Beer Awards schoot **BROUWERIJ PALM** uit Londerzeel de hoofdvogel af in de categorie 'beste zure bier ter wereld'. Trotse drager van de nieuwe titel: Rodenbach Vintage (7%), volgens de website van Palm 'een honderd procent oud belegen bier'. Het is overigens niet de eerste keer dat het degustatiebier in de prijzen valt op de World Beer Awards. Een greep uit het goedgevulde palmares: beste 'dark vintage' en 'dark beer' in 2012, 2013 en 2014, en beste 'oud bruin' in 2015 en 2016.

////STOP////

BROUWERIJ VBDCK uit Temse was de tweede Vlaamse brouwerij die hoge ogen gooide op de World Beer Awards. Het bier KEREL Saison (5,5%) sleepte er een gouden medaille voor 'Best Beer Design' in de wacht, 1 van de 9 categorieën waarnaar meer dan 2.300 bieren uit 50 landen meedingen. Met zijn aparte vorm en een oranje label met – deels doorstreepte – originele opschriften kleurt KEREL buiten de lijntjes. Iets wat de jury duidelijk kon smaken.

////STOP////

In de ranking van The Rookies prijkt de opleiding Digital Arts and Entertainment van **HOWEST** helemaal bovenaan binnen de categorie 'Best game design and development'. De Kortrijkse hogeschool stak scholen uit onder meer Zweden, de VS en het VK de loef af. Met zijn jaarlijkse ranglijst wil de internationale organisatie in de gamingsector gamingstudio's informeren over de scholen waar de beste talenten van de sector kunnen worden gespot.

////STOP////



KALENDER

BEURSDEELNAME

1 VITAFOODS EUROPE

Genève

7 tot en met 9 mei 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 november 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Kurt Vleminckx op 02 504 88 03 of kurt.vleminckx@fitagency.be

2

4

1

GROEPSZAKENREIS

2 MEXICO

Mexico-Stad en Monterrey

16 tot en met 22 februari 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 5 november 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Ewa Bulthez op 02 504 87 70 of ewa.bulthez@fitagency.be

3 AERO INDIA

Bangalore

20 tot en met 24 februari 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 november 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Jeroen De Vuyst op 02 504 88 55 of jeroen.devuyst@fitagency.be

4 JEC WORLD

Parijs

12 tot en met 14 maart 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 november 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Sara Caudron op 02 504 87 60 of sara.caudron@fitagency.be

INSCHRIJVEN?

www.flanderstrade.be



VRAGEN OVER INTERNATIONAAL ONDERNEMEN?

STEL ZE AAN ONZE PROVINCIALE KANTOREN!

Antwerpen > 03 260 87 22 – antwerpen@fitagency.be

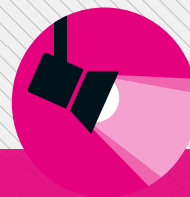
Limburg > 011 29 20 80 – limburg@fitagency.be

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

UITGELICHT



SEMINARIE

Vergroot uw concurrentiepositie door duurzaam te ondernemen

Steeds meer bedrijven zetten de stap naar duurzaam internationaal ondernemen. Geen hype voor grote spelers, maar een toekomstgerichte strategie waar ook kmo's baat bij hebben.

IN EEN INTERNATIONALE
CONTEXT NEEMT HET
BELANG VAN EEN DUUR-
ZAAM BELEID STERK TOE

ARNOUT GEYS, PROJECTMANAGER
INTERNATIONALE FINANCIËLE
INSTELLINGEN BIJ FIT

Neem deel aan het seminarie 'Vergroot uw concurrentiepositie door duurzaam te ondernemen' en ontdek zelf de meerwaarde van maatschappelijk verantwoord internationaal ondernemen (mvio) voor uw bedrijf. Een initiatief van FIT, Enterprise Europe Network Vlaanderen en het Bureau voor Normalisatie (NBN).

WANNEER? Woensdag 7 november

WAAR? Virginie Lovelinggebouw, Koningin Maria Hendrikaplein 70, Gent

INSCHRIJVEN? Via www.flanderstrade.be (gratis)

CONTACT? Arnout Geys via 02 504 87 96 of arnout.geys@fitagency.be



Vlaanderen

is internationaal
ondernemen

INTERNATIONALE PLANNEN VOOR UW ONDERNEMING ?

Bestel dan het boekje
**'101 veelgestelde vragen
over internationaal ondernemen'**.
De inhoud is to the point en handig
voor elk bedrijf dat zich vragen stelt
over exporteren en ondernemen
in het buitenland.

U kan het gratis bestellen op
www.flanderstrade.be



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

> DE BESTSELLER
TO SELL BETTER
IN HET BUITENLAND