

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

wereld WIJS

110
8/2018

Luminex laat wereldwijd het beste horen en zien

**Maak uw grenzeloze
ambities waar in Marokko**



04

In gesprek met **Luminex**

Zakendoen in Marokko



11

en verder ...

3 Edito \ **8** Intussen... \ **10** Marktinformatie \ **16** Exportbeurs 2018 in beeld \
21 De genomineerden voor de Leeuw van de Export 2018 \ **24** Europa geeft u nieuwe
kansen \ **26** Kalender

“Kom naar de Leeuw van de Export!”

Beste lezer,

Bij heel wat bedrijven staan tijdens deze zomermaanden de activiteiten op een lager pitje. Velen onder u genieten van een welverdiende vakantie. Ook bij FIT konden we na onze Exportbeurs midden juni wel een korte adempauze gebruiken. Want op 3 dagen tijd 1.250 bezoekers, 45 standhouders en 94 landenexperts ontvangen, 2.500 b2b-afspraken en 40 workshops en seminars organiseren en ondersteunen ... zoiets doen we niet elke dag.

Maar alle enthousiaste reacties hebben ons tegelijk tonnen energie gegeven. Zo veel relevante informatie die we hier hebben opgedaan, was een veelgehoorde feedback. Daar zijn we erg trots op. Want alleen zo kunnen we u optimaal ondersteunen bij uw ondernemen in een wereld in volle beweging. Neem de brexit, bijvoorbeeld, waar veel aandacht voor was in verschillende seminars en workshops tijdens de Exportbeurs. De presentaties daarover – en over de andere topics – staan trouwens op www.exportbeurs.be.

En nu is het uitkijken en toewerken naar de Leeuw van de Export. Op de Exportbeurs maakte Vlaams minister-president Geert Bourgeois de zes genomineerden bekend. In de categorie ‘Bedrijven tot max. 49 medewerkers’ zijn dat: Boplan, SCE en Tribù. Bij de middelgrote en grote ondernemingen doen beMatrix, Biobest en Manna Foods een gooi naar onze gegerede exportaward. Proficiat, exportkampioenen!

Het spreekt voor zich dat we hen alle zes de overwinning even hard gunnen, maar in deze wedstrijd kan er maar één laureaat zijn per categorie. Wie dat wordt, onthullen we op 19 september in het Antwerpse Kinepolis Event Center. We nodigen ook u van harte uit en we hopen dat we u massaal mogen verwelkomen!

Veel leesplezier.

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.flandersinvestmentandtrade.be
wereldwijs@fitagency.be
www.linkedin.com/company/20796
twitter.com/FlandersTrade

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, Wim De Wulf, Luk Monsaert en Getty Images

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.





Luminex

laat wereldwijd het beste horen en zien

Wereldsterren als Beyoncé, Adele en Lady Gaga mogen nog de pannen van het dak zingen, als het geluid niet goed zit, regent het kritiek. En de halsbrekende toeren van Cirque du Soleil maken zo mogelijk nog meer indruk door het indrukwekkende lichtspel tijdens de show. Klank en licht zijn stille protagonisten: ze maken of kraken mee het succes van mega-events. De Limburgse kmo Luminex maakt het tot haar business om organisatoren alvast op dat vlak op beide oren te laten slapen.

Bart Swinnen, CEO en medeoprichter van Luminex, vertelt aan Erik Dieussart, adviseur Internationaal Ondernemen van ons provinciaal kantoor Limburg, hoe ze erin slaagden om bij deze toonaangevende spektakels op de eerste rij te zitten. Ook licht hij een tipje van de sluier op over hoever hun ambities reiken.

Beginnersgeluk

Erik Dieussart: "Laat ons beginnen bij het begin: hoe is Luminex ontstaan?"

Bart Swinnen: "In 2002 richtten Jan Renckens en ik Luminex Lighting Control Equipment op. Vanuit onze gemeenschappelijke achtergrond in geluid en verlichting – Jan in de verhuursector en ik via mijn stage voor industrieel ingenieur Elektronica en ICT bij een bekend verlichtingsbedrijf in Londen – ontwikkelden we een oplossing om de aansturing van verlichting makkelijker te beheren."

"Twee jaar later brachten we met steun van het IWT – het Agentschap voor Wetenschap en

Technologie – ons eerste product op de markt. Door de opkomst van de ledverlichting in de entertainmentindustrie schoot het aantal lichtparameters de hoogte in. Om dat allemaal nog te kunnen managen, waren veel extra kabels

\\ **Eerst moesten we referenties opbouwen en het vertrouwen winnen dat onze technologie er binnen twee jaar nog zou staan** \\

nodig. Met onze innovatieve netwerktechnologie verliep dat vlot en vooral een pak eenvoudiger. We konden vrij snel de openingsceremonie van de Paralympische Spelen in Athene en een concerttour van Coldplay verzorgen. Dat gaf onze naam bekendheid een ferme boost, maar dit is niet de enige parameter waarop je een business bouwt. Prospects en investeerders keken liever

nog even de kat uit de boom. In onze bijzonder kleine niche geldt immers een nultolerantie voor fouten. Eerst moesten we referenties opbouwen en het vertrouwen winnen dat onze technologie er binnen twee jaar nog zou staan."

Stap voor stap

Erik Dieussart: "Die horde hebben jullie kunnen nemen. Sindsdien veranderden de activiteiten van Luminex nog. Licht je dat kort toe?"

Bart Swinnen: "We ondervonden bij de support van producten van andere merken problemen met het netwerk. Daarom ontwikkelden we netwerkswitches om data te transporteren. In 2009 stelden we de Safety Ring Switch voor, onze eerste netwerkswitch voor de aansturing van showbelichting.

Door die focus op de lichtmarkt en de geavanceerde protocollen die gelden voor de proaudiomarkt, duurde het nog tot 2012 vóór we onze netwerkswitches voor audio klaar hadden."



Zo eenvoudig mogelijk

Erik Dieussart: “En toen veranderde de bedrijfsnaam in Luminex Network Intelligence. Waarom was dat?”

Bart Swinnen: “De vlag dekte de lading niet meer. Audiovisuele (AV)-professionals in de entertainmentindustrie zetten ons product – complexe netwerktechnologie om licht en geluid te regelen – zonder IT-kennis in. Want een netwerk opzetten is met ons product gevoelig vereenvoudigd. In tegenstelling tot onze concurrentie die vooral werkt vanuit een bestaande IT-infrastructuur, en we gaan de strijd niet aan met de eindproducten in onze markt. Die klemtoon op eenvoud en optimalisatie is redelijk uniek.”

\\ Denken dat een goed product zichzelf verkoopt, is naïef \\

Plug & play voor totaaloplossing

Erik Dieussart: “Hoe verzilveren jullie dat verschil met de concurrentie in de praktijk?”

Bart Swinnen: “We nemen contact met grote spelers zoals Yamaha en proberen dan te valideren: Yamaha heeft audiomixers en processoren in zijn catalogus, maar moet ook geregeld zijn klanten uit de nood helpen met vragen over het netwerk. Als we erin slagen om aan hen een

plug & play-product te leveren, dan kunnen zij een totaaloplossing bieden die perfect werkt. Daar vaart hun imago wel bij en wij krijgen zo een voet tussen de deur bij hun distributienetwerk. Want als een gigant als Yamaha of Roland ons als referentie gebruikt, komen de verdelers naar ons toe in plaats van omgekeerd.”

Transformatie in structuur

Erik Dieussart: “Hoe volgt de bedrijfsorganisatie zo’n evolutie?”

Bart Swinnen: “Op relatief korte tijd groeiden we uit van een micro-onderneming naar een kmo met 20 medewerkers in eigen land, een kantoor in Frankrijk en in Canada, en een eigen entiteit in het Japanse Yokohama. Terwijl we vroeger vooral engineering-driven waren, moeten we nu veeleer marktgericht handelen. Want denken dat een goed product zichzelf verkoopt, is naïef. Ook een goede klantenservice, applicatieknowhow en een uitgekiende marketing om die validatie met AV-apparatuur van grote fabrikanten strategischer aan te pakken, zijn essentieel. Voor ons betekent dat een serieuze ommezwaai.”

Groei in exportmarkten

Erik Dieussart: “Wat zijn momenteel de belangrijkste exportmarkten en in welke richting zie je nog meer internationale uitbreiding?”

Bart Swinnen: “Vandaag staan we erg sterk in Europa. Daarnaast is Japan een van onze

beste exportmarkten. Daarom hebben we er een entiteit opgericht, zodat we meerdere kanalen kunnen bedienen. Japan is ideaal voor onze businessdevelopment, want enkele grote jongens zijn daar aanwezig. Ik denk met name aan Panasonic, de hoofdintegrator voor de Olympische Spelen 2020 in Tokio waar wij graag aan zouden meewerken. In de regio mikken we ook op Zuid-Korea, Vietnam en Thailand.

Onze focus blijft scherp op Europa, Zuidoosten Oost-Azië, en Amerika. We zijn op zoek naar een internationale salesmanager om ook het Midden-Oosten nog meer te bewerken. Verder staat China op onze lijst van doelmarkten, maar dat avontuur zullen we samen met partners aanpakken. Het is immers een moeilijke markt, met onder meer veel aparte certificeringen. Deze nieuwe collega moet stevige ervaring in export en in verre bestemmingen hebben, in een matuur bedrijf. Liefst iemand die de transformatie naar een marktgerichte kmo heeft doorgevoerd zodat we op dat vlak ook een beroep kunnen doen op die expertise.”

Check IP

Erik Dieussart: “Vele technologiespelers remmen hun exportinspanningen naar Azië af omdat ze bang zijn voor copycats. Hoe beschermen jullie de intellectuele-eigendomsrechten?”

Bart Swinnen: “We hebben een aantal patenten voor België en Europa, maar wereldwijd beschermen, is ontzettend duur ten opzichte van onze eigen nichemarkt. Daarom opteren wij

ervoor om onze technologie flink te versleutelen en niet in commodity te verzeilen. Ook checken we stevast of we zelf geen IP schaden, wat soms onbewust voorvalt binnen eenzelfde vakgebied. Reuzen als HP en Cisco zijn onze tegenspelers, zij hebben wel de middelen om hun IP te beschermen én erover te waken dat het ook wordt gerespecteerd."

Vóór de glamour en glitter

Erik Dieussart: "In welke mate helpt zo'n palmares vol ronkende referenties om nieuwe medewerkers aan te trekken?"

Bart Swinnen: "Uiteraard krijgt onze naam-bekendheid een boost telkens we in de media verschijnen met spraakmakende projecten zoals het Eurovisiesongfestival. Voorlopig vinden we nog de juiste profielen. Ervaren ontwikkelaars aanwerven, lukt redelijk. Maar op het vlak van management, sales en marketing zijn de uitdagingen groter."

\\ Je doet veel kennis op door ervaring te delen met een netwerk van collega-ondernemers uit de buurt \\

Ups en downs

Erik Dieussart: "Het lijkt wel alsof het Luminex alleen maar voor de wind is gegaan. Welke hindernissen moest het bedrijf al over?"

Bart Swinnen: "De beginjaren waren moeilijk. Onze omzet toont vooral van 2002 tot 2008 een dalende curve. Prototypes ontwikkelen en maken ... dat moest allemaal gefinancierd worden. Toen telden we vier à vijf medewerkers en als ondernemer ben je de eerste die geen loon ontvangt als het minder gaat, weet ik uit ondervinding.

Op exportvlak zijn de complexe uitvoerprocedures soms harde noten om te kraken. Ook macro-economische factoren steken weleens stokken in de wielen. Zo zaten onze goederen naar Rusland vast in de douane en werden ze pas drie weken later vrijgegeven. Dat hoort bij exporteren, maar wij draaien niet de grote volumes, dus de klant voelt dat in de eindprijs. Registraties en certificeringen geregeld krijgen, is soms complex. Daarom letten we daar nu van bij de start van de ontwikkeling op. Dat begint bij de keuze van de componenten, zodat we in zoveel mogelijk landen zijn gedekt.

Tot slot zijn we niet blind voor de concurrentie die produceert in China. We bieden topfeatures aan in een topsegment, maar een groot deel

van de markt is al tevreden met betrouwbare features. Dan worden we te duur. Dus zijn we onze productlijn aan het optimaliseren."

De CEO repareert

Erik Dieussart: "Welk succesverhaal springt er voor jou bovenuit?"

Bart Swinnen: "Dat is ongetwijfeld het nieuwe Nationale Theater in Tokio in 2009. Normaal zou zo'n project naar een grote partij gaan, maar onze distributeur heeft ons via een samenwerking met Toshiba aan boord gekregen. Voor ons was dat een gigantisch project, minstens tienmaal groter dan we gewend waren.

Alles verliep uitstekend, alles werkte. Tot er een bepaalde led op een toestel soms oranje flikkerde. Toen maakte ik kennis met de fameuze Japanse eis naar kwaliteit. Gelukkig vonden we snel wat er loos was: een van de ingekochte componenten bevatte een fout. Ik ben toen zelf naar Japan gevlogen. Daar trokken ze grote ogen, want een CEO is daar iemand ouder, hoog in de hiërarchie. Geen 31-jarige die zelf toestellen komt repareren.

Het Nationale Theater in Tokio geldt als referentie voor veel nieuwe theaters. En wij hebben er dankzij dit project veel warme relaties opgebouwd binnen de cultuursector. Het illustreert goed waar ons bedrijf voor staat. Als er problemen opduiken – en dat is vaak het geval in onze branche – zijn ze snel om naar ons te wijzen, met onze technologie in het midden. Ook al zijn wij niet de schuldige, we zoeken meteen naar oplossingen en praten met alle partijen. Met deze attitude hebben we al meermaals krediet gewonnen bij andere fabrikanten en eindklanten."

Aparte markt

Erik Dieussart: "Dit verhaal heeft in elk geval bijgedragen aan jullie succes in Japan. Jullie hebben er zelfs een entiteit opgericht. Hoe anders is het om daar zaken te doen?"

Bart Swinnen: "Het cultuurverschil is frappant. Wij willen snel die handtekening onder dat contract zien. In Japan duurt het veel langer om een relatie aan te knopen, maar eenmaal je het vertrouwen hebt gewonnen, ben je er voor de lange termijn. Mondelinge afspraken worden nagekomen, woord is wet.

Het is wel handig om het advies te krijgen van onze Japanse partner. Zo hadden we voor onze vestiging ter plaatse iemand nodig in administratie en in sales. Onze vennoot vertelde toen dat we ofwel in april ofwel in december moesten aanwerven. In het voorjaar omdat dan het boekhoudkundig jaar wordt afgesloten, in december omdat dat een lange verlofperiode

was. Daartussen is er geen goed aanbod. Aan zoiets zouden wij nooit hebben gedacht."

Had ik dat geweten

Erik Dieussart: "Als afsluiter: welk advies had je als beginnende ondernemer zelf graag gekregen?"

Bart Swinnen: "Mocht ik opnieuw starten, dan zou ik sneller en meer marketing en sales inzetten. Elke stap tot 2014 verliep bijna organisch, maar je moet dat – ook als engineeringbedrijf – zelf meer sturen. Ook waren we er als born global op gebrand om ons distributeurs- en internationale netwerk wereldwijd uit te bouwen. Pas toen ik in 2015 de JCI Award, of jonge ondernemer van het jaar van de provincie, won, ontmoette ik plots een lokaal netwerk. Je doet evenzeer veel kennis op door ervaring te delen. Ook financiële partners leren je beter kennen. Toen ontdekte ik dat de focus op het product goed is, maar dat je het grotere plaatje moet bekijken."

—ID—

Bedrijf: Luminex Network Intelligence

Sector: AV

Opgericht in: 2002

Omzet 2017: 3.890.000 euro

% van omzet 2017
gerealiseerd in het buitenland:
95% wereldwijd – 5% Benelux

Aantal medewerkers: 20

Locatie hoofdkantoor: Genk

Kantoor in België, Frankrijk, Canada
en vestiging in Japan

KLAAR VOOR DE VOLGENDE STAP IN UW INTERNATIONALISERINGS-PROCES?

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

Intussen ...

In Jurassic World: Fallen Kingdom, de vijfde dinofilm van Steven Spielberg, is een 'hoofdrol' weggelegd voor West-Vlaamse legertrucks. Wanneer de imposante dieren na een vulkaanuitbarsting moeten worden gered, gebeurt hun transport namelijk in voertuigen van **Degroote Trucks & Trailers** uit Zwevezele.

Vyncke is al 30 jaar actief in Oekraïne en sleepte er onlangs een megadeal in de wacht. In opdracht van wereldmarktleider in zonnebloemolie Kernel gaat de fabrikant uit Harelbeke er verbrandingsketels bouwen voor 3 biomassacentrales op zonnebloemafval. Het contract is 48 miljoen euro waard en betekent een serieuze omzetsprong voor het West-Vlaamse bedrijf.

Het Antwerpse **Unify** en Huawei slaan de handen in elkaar. De spin-off van onderzoeksinstituut VITO en de Chinese telecomreus gaan samen technologie ontwikkelen voor dronebeheer. Het Unify-platform maakt het voor luchtverkeersleiders mogelijk om droneverkeer te integreren in hun luchtruimbeheer. Huawei zal daar op zijn beurt technologie aan toevoegen om dronegebruikers te identificeren en lokaliseren.

Wereldleider op het vlak van afvalverwerking en recyclage SUEZ gaat een partnership aan met **Containers Maes** voor de verwerking van bouw- en slooafval. Het bedrijf uit Tessenderlo neemt de bestaande SUEZ-klienten over en zal de SUEZ-site in Tienen uitbaten. Sinds de oprichting in 2003 groeide Containers Maes uit tot een van de grootste verwerkers in ons land voor bouw- en slooafval.

De **7 Sins Vermouth Envy**, die in Knokke-Heist wordt gestookt, werd op de Londense World Vermouth Awards bekroond tot beste vermout ter wereld. Daarbovenop namen de distilleerders nog drie andere prijzen mee naar huis. Eerder dit jaar viel ook de gin van de West-Vlamingen in de prijzen. En er liggen plannen om eind dit jaar ook een rum op de markt te brengen.

Om vaste voet aan de grond te krijgen op de Chinese markt ontwikkelde **Studio 100** een aantal nieuwe formats en figuren. Het media- en entertainmentbedrijf uit Schelle is via lokale onlineplatformen al aanwezig met onder meer Maya de Bij en Wickie de Viking, maar wil nu ook de samenwerking aangaan met lokale producenten.

Voxdale uit Wijnegem sleepte de Innovation Award in de wacht van de European Association of Automotive Suppliers (CLEPA). Samen met Umicor ontwikkelde het design- en engineeringbedrijf onder meer een verbeterde batterij om de prestaties van Formule E-wagens te optimaliseren.

Van akoestische panelen over grasmatten tot vipdorpen: acht Vlaamse bedrijven waren via hun producten vertegenwoordigd op het WK voetbal in Rusland. Concreet gaat het om **GrassMaster** uit Dendermonde, **Vergokan** uit Oudenaarde, **Lancer Europe** uit Zaventem, **NEP Belgium** uit Rotselaar, **Rockfon** uit Wijnegem, **Expo-line** uit Tessenderlo en **Veldeman** uit Bree.

Als allereerste bedrijf uit ons land werd **beMatrix** uit 112.000 bedrijfsdossiers verkozen tot winnaar van de European Business Award. Naast de stabiele financiële groei van het Roeselaarse bedrijf gaven de sterke focus op R&D en duurzaamheid de doorslag. beMatrix is ook genomineerd voor de Leeuw van de Export 2018.

5

Tijdens de economische zending in Vietnam maakte beroepsvereniging Belgapom bekend dat **5** Belgische ambassades in Zuidoost-Azië – Maleisië, de Filipijnen, Indonesië, Thailand en Vietnam – elk hun eigen frietkot krijgen. Ze zullen er campagne mee kunnen voeren tijdens evenementen om ons land te promoten als frietland bij uitstek. Verder werden ook onze conferenceperen voorgesteld. Bedoeling is dat het fruit vanaf oktober in de Vietnamese winkelrekken ligt.

Marktinformatie

Geregeld bundelen onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) de lokale zakenopportuniteiten in overzichtelijke marktstudies.

U kan ze allemaal lezen en downloaden op www.flanderstrade.be, onder de rubriek 'Landen'.

Grootdistributie in Italië

De grootdistributie in Italië evolueert voortdurend. Acquisities, verbroken en nieuwe allianties, nieuwkomers, franchising en verschuivingen maken immers een helder overzicht moeilijk om te maken. De meeste spelers zijn niet gebonden aan de publicatie van hun financiële resultaten, zodat de gebruikte data sterk bronafhankelijk zijn en vaak niet recent genoeg. Daardoor bevatten de websites van de bedrijven tegenstrijdigheden.

De bouwsector in Portugal

Wereldwijd heeft de bouwsector van elk land een grote invloed op de nationale economie. Ook voor Portugal geldt dat aangezien de bouwsector de nodige infrastructuur voor de publieke en privésector voorziet. Bovendien creëert deze branche veel jobs en draagt ze bij tot de ontwikkeling van de economie. In deze studie leest u meer.

Growing opportunities in the Indian Food Market

Het doel van deze studie is om Vlaamse exporteurs van diverse voedingsproducten een praktische handleiding te geven tot de Indiase markt. De grootte en groei van de (sub)sectoren worden geschetst. Ook krijgt u een beeld van de trends in de markt, de distributiekkanalen en het potentieel van e-commerce. We geven duidelijk aan waar er precies kansen liggen voor u. Zo komen aan bod: processed foods, dairy, frozen and convenience food, perishables and dry foods enzovoort. Ook wet- en regelgeving passeren de revue. Tot slot geven we nuttige tips om de Indiase markt met succes te betreden.

Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be



wereld
WIJS DOSSIER

Marokko

Bloeiende toegangspoort tot Afrika

Marokko is het land van het mythische Duizend-en-een-nacht, maar in werkelijkheid is het ook een plek van levensechte succesverhalen. “De Marokkaanse economie biedt heel wat troeven voor Vlaamse ondernemers”, weet Conny Van Wulpen, onze vertegenwoordiger in Casablanca. “Bovendien vormt het land de toegangspoort naar de rest van het Afrikaanse continent. Het is, kortom, de perfecte uitvalsbasis voor bedrijven met grenzeloze ambities.”



Strategische prioriteit

In welke andere sectoren kunnen onze bedrijven een graantje meepikken?

Conny Van Wulpen: "De bouwsector is goed voor 6% van het bpp. Volgens de verwachtingen zal deze branche jaarlijks met gemiddeld 3,5% groeien in het volgende decennium. Bovendien staan er de volgende 20 jaar grote infrastructuurinvesteringen gepland en daarbij is energie-efficiëntie het sleutelwoord. Laat dat nu net ook een troef zijn van onze Vlaamse spelers ter zake. Door strenge winters en de sterke afhankelijkheid van fossiele brandstoffen uit het buitenland is energie in Marokko allesbehalve goedkoop. Bedrijven die daarop inspelen, worden met open armen onthaald. Ook in de logistiek zijn er kansen weggelegd voor Vlaamse ondernemers: sinds 2010 is het zelfs een strategische prioriteit van de overheid."

\\ Door toerisme, de toenemende middenklasse en de groeiende interesse in westerse producten blijft de import van voeding steeds meer stijgen \\

En hoe ziet de Marokkaanse voedingsindustrie eruit, traditioneel ook een sterke Vlaamse troef in het buitenland?

Conny Van Wulpen: "Marokko blijft voor een aanzienlijk deel afhankelijk van de invoer van voeding, goed voor 10% van de totale import. Daarvan komt 38% uit Europa, die zo de grootste leverancier is. De wisselende oogsten sturen deze invoer aan, maar ook toerisme, een toenemende middenklasse en de stijgende interesse in westerse producten zwengelen de vraag aan."

Privésector dynamiseren

Wat zijn de grootste uitdagingen voor de Marokkaanse economie?

Conny Van Wulpen: "De werkloosheid bedraagt 9,5%; vooral jongeren en vrouwen zitten zonder job. Daarnaast moet Marokko de privésector dynamiseren: de economie is te afhankelijk van de publieke sector. Ondanks de vele infrastructuurwerken door de overheid, dalen de private investeringen en die moeten net stijgen. Tot slot strooien ook de logheid van justitie en de hoge administratielast soms roet in het eten, al is er dankzij de digitalisering de voorbije jaren vooruitgang geboekt."

Wie 'Marokko' zegt, denkt aan bruisende steden zoals Marrakech, Fez, Casablanca, Tanger en Rabat. Maar het Noord-Afrikaanse land telt vooral landbouwgrond. "De Marokkaanse economie blijft sterk afhankelijk van de landbouw. De sector staat garant voor 15% van het bbbp", vertelt Conny Van Wulpen. "Daarom heeft de neerslag zo'n grote invloed. In 2016 bijvoorbeeld beperkte de economische groei zich tot 1,2%, te wijten aan slechte weersomstandigheden. 2017 was dan weer een extreem goed landbouwjaar, wat tot een economische groei van 4,2% leidde."

\\ Marokko kent een heel open economie, zeker met Europa \\

Gouden kansen

Wat zijn de voorspellingen voor de Marokkaanse economie?

Conny Van Wulpen: "Dit jaar verwachten we een groeicijfer van iets meer dan 3%, de komende jaren schommelt de gemiddelde prognose rond 4%. Marokko heeft alles in huis om die verwachtingen waar te maken. De overheid investeert namelijk sterk in infrastructuur om de levenskwaliteit van de bevolking te verbeteren. Denk maar aan een goede toegang tot water en elektriciteit, en betere luchthavens en spoor- en autosnelwegen. Daarnaast kent Marokko een open economie, zeker met Europa. 66% van de Marokkaanse export gaat naar daar, 57% wordt

van daaruit ingevoerd. Neem daar een stabiel politiek klimaat en de strategische ligging bij en de kaarten voor economische groei liggen heel gunstig."

\\ De komende jaren staan er grote infrastructuurinvesteringen gepland: van de havensector tot luchthavens. Energie-efficiëntie speelt daarbij een belangrijke rol \\

Welke opportuniteiten zijn er voor Vlaams ondernemers in Marokko?

Conny Van Wulpen: "Marokko stelde enkele ambitieuze duurzame doelstellingen voorop, en dat was geen dag te vroeg. Het land hinkt bijvoorbeeld zwaar achterop wat afval sorteren betreft. Tegen 2020 wil Marokko 30% van het afval recycleren. In landelijke gebieden kan ook op het vlak van vuilnisophaling vooruitgang worden geboekt. Hier staan Vlaamse bedrijven mooie kansen te wachten, want Vlaanderen is een voortrekker in afval sorteren. Daarnaast wil Marokko ook inzetten op duurzame energie: het aandeel van hernieuwbare energiebronnen moet in 2020 42% bedragen en in 2030 zelfs 52%. Daarbij focust de Marokkaanse overheid vooral op hydro-elektriciteit en zonne- en windenergie. Ook hier zie ik een match met de knowhow en expertise van onze Vlaamse ondernemers."

Groepool van de wereld

In maart tekende Marokko samen met 43 Afrikaanse landen het vrijhandelsakkoord African Continental Free Trade Area (AfCFTA). Welke impact heeft dit verdrag?

Conny Van Wulpen: "In eerste instantie willen de deelnemende landen 90% van de onderlinge importtarieven weghalen. Daarnaast wordt er gezamenlijk ingezet op de verbetering van de infrastructuur, het handelsbeleid en de productiecapaciteiten. Wat dit verdrag zal betekenen voor onze Vlaamse export is vooralsnog onduidelijk en moeten we nog even afwachten."

Marokko stapte in 1984 uit de Afrikaanse Unie door onenigheid over de Westelijke Sahara, maar trad vorig jaar opnieuw toe. Wat is het

belang van die hertoetreding?

Conny Van Wulpen: "Sinds een paar jaar stelt Marokko Afrika centraal in zijn strategische keuzes. Aan de terugkeer tot de Afrikaanse Unie gingen bijvoorbeeld heel wat infrastructuurwerken vooraf. Daarbij werd zowel de publieke als private sector betrokken. Marokko wil uitgroeien tot een regionale hub waar de sleuteldomeinen zoals energie en technologie worden ontwikkeld. Het land beschouwt Afrika namelijk als de nieuwe groep van de wereld. Door zijn ligging beoogt Marokko een positie als toegangspoort naar de rest van het continent. Vlaamse ondernemers met ervaring in Marokko hebben een voordeel als zij de stap zetten naar andere, minder toegankelijke landen in de regio. Door zich te associëren met hun Marokkaanse contacten, gaan nieuwe markten open."

Persoonlijke relaties

Wat is de beste marktaanpak voor een Vlaamse ondernemer in Marokko?

Conny Van Wulpen: "Ga zeker ter plaatse en ontmoet je potentiële handelspartners. Zonder persoonlijke relaties op te bouwen, red je het niet in het Marokkaanse zakenleven. Wissel ook ervaringen uit met andere Vlaamse bedrijven die in de regio actief zijn. Die ontmoetingen zijn

\\ Vlaamse bedrijven met Marokkaanse contacten krijgen makkelijker toegang tot andere Afrikaanse markten \\

Waarom EnergyVision vanaf het begin hoog mikt in Marokko

Vanuit Gent ontwikkelt EnergyVision geïntegreerde energietechnologieën zoals energie-efficiënte raamfolies, zonnepanelen en -irrigatiesystemen. "We bieden ook financiering aan", legt oprichter Maarten Michiels uit. "Hernieuwbare energie levert aanzienlijke besparingen op, maar vraagt een investering die niet iedereen zomaar aankan. Met onze financieringsmodellen dragen wij die investering en delen we de besparing met de klant." Sinds 2009, toen nog onder het EcoNation-vaandel, is het Gentse bedrijf ook actief op de Marokkaanse markt.

"We gingen vanaf het prille begin internationaal en Marokko was een van onze eerste buitenlandse markten. Momenteel tellen we er 2 kantoren en 32 collega's. Dat is ongeveer de helft van ons totale medewerkersbestand. Al zijn we klein begonnen: met 1 collega die de lokale markt verkende. De zaken overlaten aan een lokale distributeur is immers een no-go. Alleen met een persoonlijke aanpak en lokale medewerkers raak je ergens binnen. Als je in België, bij wijze van spreken, op een zaterdag voor de deur van een potentiële klant zou staan, dan krijg je wellicht de politie op je dak. Maar in Marokko moet je net wel 'thuiskomen' bij je zakenpartners, om hun vertrouwen te winnen.

Traag maar gestaag

Tijdens ons eerste jaar in Marokko hadden we veel projecten in de pijplijn, of dat dachten we toch ... Marokkaanse professionals laten snel hun interesse blijken, maar de finale beslissing laat vaak op zich wachten. Ook betalingen gaan er trager. En bij de minste onduidelijkheid op je factuur loop je tegen de douane aan. Een kredietverzekering is dus geen overbodige luxe. Maar laat je niet afschrikken door de bureaucratie, want je krijgt er aangename, spontane en trouwe zakenpartners voor in de plaats.

Gunstige sterren

Alles bij elkaar hebben we de Marokkaanse markt eerst drie jaar bewerkt, en dat heeft gelooond. Op relatief korte termijn is EnergyVision uitgegroeid tot het nummer 1 in een markt waar alle sterren gunstig staan. Zo wil koning Mohammed VI het land in een generatie tijd energieonafhankelijk maken. Daarvoor investeert Marokko fors in de plaatsing van zonnepanelen in de woestijn, maar eveneens in de bergen, op bedrijfsterreinen en op particuliere daken. Niet alleen is er plaats met hopen voor ons productaanbod, ook de belangrijkste grondstof – de zon – is ruimschoots aanwezig. De gunstige marktomstandigheden vertalen zich ook in sterke resultaten. Zo boekten we vorig jaar een omzet van 12 miljoen euro en een groei van 35% in Marokko.

Opstap

Daarnaast is het land voor ons een ideale opstap naar andere Afrikaanse markten. Marokko richt zich sterk tot Europa en heeft een stabiele economie. Onderwijs, weginfrastructuur en ook de lonen gaan er in stijgende lijn. De jongere generaties spreken verschillende talen – zoals Frans en Engels – en zijn hoogopgeleid. Daardoor kijken ze met een open blik naar Europese bedrijven. Het is met diezelfde attitude dat je als Vlaams bedrijf naar Marokko moet trekken."

een grote hulp bij de zoektocht naar de juiste partner. Daarin speelt ook FIT een ondersteunende rol door bedrijven te screenen op hun expertise en betrouwbaarheid. Daarnaast zijn correcte verwachtingen, een goede boekhouder en een portie geduld onmisbaar: de betalings-termijnen zijn er langer en de administratie verloopt soms stroef. Maar de overheid stelt heel wat in het werk om hierin verbetering te brengen.”

Welke gebieden vormen de beste uitvalsbasis voor een Vlaamse bedrijf in Marokko?

Conny Van Wulpen: “Casablanca en Tanger zijn de belangrijkste economische polen. Ondanks de doorgevoerde regionalisering blijven sommige gebieden moeilijk te bereiken. Daarom is het aangewezen om je op een van die twee steden te focussen, zeker in het begin.”

\\ De Marokkaanse overheid voerde de afgelopen jaren heel wat hervormingen door die het investeringsklimaat bevorderen \\

Franse invloeden

In welke mate verschilt de Marokkaanse zaken-cultuur van die in Vlaanderen?

Conny Van Wulpen: “Bij de start van een vergadering komen Marokkaanse ondernemers niet meteen tot de kern van de zaak: eerst passeren er koetjes en kalfjes de revue. Daarnaast blijft de invloed van de voormalige kolonisator Frankrijk op het Marokkaanse bedrijfsleven duidelijk merkbaar, en dat zowel op het vlak van de handelsgewoonten, als de mentaliteit. De gebruikelijke handelstaal is Frans. Breng daarom altijd Franstalige documenten en brochures mee naar een vergadering.”

Gunstig investeringsklimaat

Hoe ziet het buitenlandse investeringsklimaat eruit?

Conny Van Wulpen: “Marokko staat op dit moment op de 69e plaats op de Ease of Doing Business Index. In 2021 willen ze de 50e plek halen. Niets staat hen in de weg om dat doel te bereiken. Marokko is goed op weg om een van de belangrijkste economieën van Afrika te worden. Daarom organiseert FIT in november een economische missie onder leiding van prinses Astrid. We willen er Vlaanderen nog bekender maken en onze talloze troeven in de kijker zetten. Want in het succesverhaal van Vlaamse bedrijven in Marokko zitten we nog maar in het eerste hoofdstuk.”

OP DE AGENDA:

Prinselijke missie ‘Marokko’

Van zondag 25 tot vrijdag 30 november 2018 organiseert FIT, samen met AWEX en BI&E by hub.brussels, een prinselijke missie naar Marokko onder leiding van prinses Astrid. FIT biedt u:

- netwerkmomenten met de andere bedrijven uit de delegatie en met plaatselijke spelers en beslissingsnemers;
- afspraken met potentiële partners en klanten, op basis van uw behoeftes;
- een kantoor ter plaatse, met kennis van de lokale markt.

FIT neemt ook de praktische kant zoals de selectie van hotels, groepsverplaatsingen en zalen voor b2b-afspraken op zich.

Inschrijven kan via

www.flanderstrade.be. U vindt er ook het voorlopige programma en extra informatie. Bij vragen kan u terecht bij Evelien. staelens@fitagency.be.

MARKTSTUDIE

Spelers in hernieuwbare energie, verwerking van huishoudelijk afval en automotive krijgen de Marokkaanse marktsituatie uitgespit in een overzichtelijk rapport. Check:

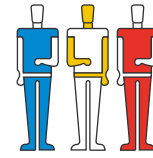
<https://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/landen/marokko/marktstudies-land>.



FACTSHEET MAROKKO



OPPERVLAKTE
446.550 KM²



AANTAL INWONERS
35,3 MILJOEN



OFFICIËLE TALEN
ARABISCH
EN AMAZIGH (BERBERS)



MUNTEENHEID
MAROKKAANSE DIRHAM (MAD)
1 EUR= 11,08 MAD
(03/07/2018)



In Marokko staat binnenkort de grootste zonnecentrale ter wereld.

Ease of doing business index



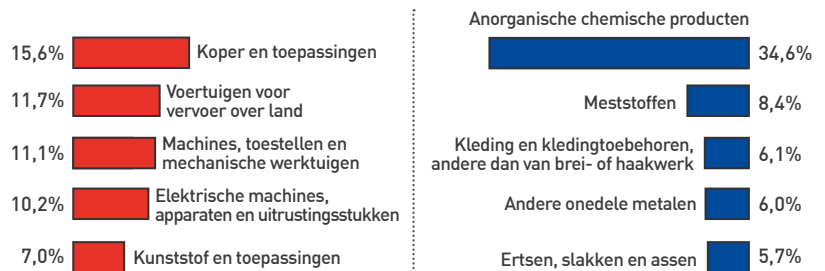
Politiek risico



Commercieel risico (van A tot C)



Vlaamse export naar Marokko: € 771 miljoen (2017)



Vlaamse import uit Marokko: € 257 miljoen (2017)

EXPORT BEURS 2018



FLANDERS INVESTMENT & TRADE

IN BEELD



Van 12 tot 14 juni stond Paleis 1 op Brussels Expo helemaal in het teken van internationalisering. Toen hielden we namelijk onze Exportbeurs: dé hoogmis voor iedereen die internationaal actief is of dat ambieert. Wat waren we blij dat we u zo talrijk mochten verwelkomen! Nogmaals bedankt voor uw komst en om er opnieuw een succesevent van te maken. Blijkt u samen met ons terug?

DE EXPORTBEURS 2018 IN CIJFERS



1.250
bezoekers



2.500
een-op-een-
gesprekken met 94
landenspecialisten



40
volgeboekte
infosessies



45
verschillende
standhouders



ontelbare
businesscontacten



EEN KORTE IMPRESSIE VAN DE EXPORTBEURS 2018

DEZE DRIE GOEDGEVULDE DAGEN SAMENVATTEN, KAN HET BESTE IN EEN FILMPJE: SURF NAAR WWW.YOUTUBE.COM/USER/FITAGENCY EN BEKIJK DE TWEE SFERVERSLAGEN.





ONTDEK NOG MEER
FOTO'S VAN DE
EXPORTBEURS 2018 OP
[HTTPS://BIT.LY/2IW9QXD](https://bit.ly/2iW9QXD)





**HEEFT U NOG VRAGEN
NAAR AANLEIDING VAN
DE EXPORTBEURS?**

MAIL NAAR
EXPORTBEURS@FITAGENCY.BE
EN WE NEMEN SNEL
CONTACT OP MET U.



Vlaams minister-president Geert Bourgeois: "Op 15 jaar tijd nam de totale Vlaamse uitvoer met 67% toe. Het aandeel van Vlaamse export buiten de EU is opvallend toegenomen. Deze 6 bedrijven zijn pioniers in het aanboren van verre markten."

**LEEuw
VAN DE
EXPORT
2018**



FLANDERS INVESTMENT & TRADE

LEEuw VAN DE EXPORT 2018

Maak kennis met de genomineerden

Al voor het 17e jaar op rij zet Flanders Investment & Trade met de Leeuw van de Export het enorme belang van internationalisering in de verf voor onze Vlaamse economie. Vorig jaar voegden we chocoladeproducent Klingele Chocolate en – opnieuw – technologiespeler Skyline Communications toe aan onze erelijst. Intussen staan er alweer 6 genomineerden te popelen om de gegeerde exportaward binnen te rijden.

Tijdens een eerste juryronde werden uit de vele inschrijvingen 6 uitzonderlijke exportsuccesverhalen geselecteerd. Op 14 juni maakte Vlaams minister-president Geert Bourgeois de genomineerden voor de editie 2018 bekend tijdens de Exportbeurs van FIT. Dit zijn de bedrijven die op woensdag 19 september kans maken om de trofee mee naar huis te nemen:

A

IN DE CATEGORIE

Bedrijven met maximaal 49 medewerkers



BOPLAN

BOPLAN ontwerpt, ontwikkelt en produceert aanrijd-, val- en stootbeveiligingssysteem die hun toepassing vinden in magazijnen en productiehallen, op luchthavens, boorplatformen, (petro)chemische sites enzovoort. Terwijl het gros van dergelijke systemen nog in staal is, kiest de producent uit Moorsele voor kunststof. Samen met zijn toeleveranciers ontwikkelde de kmo hiervoor een impact- en UV-bestendige kunststof met een uitstekende chemische resistentie.

In 2017 draaiden de 33 voltijdequivalenten een omzet uit export van 12.088.373 euro, waarvan 23% in niet-EU-landen. Het West-Vlaamse bedrijf is vandaag actief in 58 exportlanden.



SCE

Al 30 jaar ontwikkelt en produceert SCE uit Lichtervelde silo's voor de opslag van voeders, bulkvoeding, granulaten, pellets enzovoort. Door hun rechthoekige vorm nemen de silo's van SCE minder plaats in dan klassieke ronde exemplaren en verhoogt de opslagcapaciteit tot 40%. Ook uniek is het gepatenteerde vlindersysteem voor de gelijkmatige uitstroom van de bulkgoederen.

In 2017 realiseerden de 32 voltijdequivalenten van deze West-Vlaamse familiale onderneming een exportomzet van 24.274.000 euro, waarvan 55% in niet-EU-landen. De silo's vinden hun afzet in 60 landen, over de 5 continenten verspreid. SCE is marktleider in zijn niche en werkt samen met verschillende onderzoekspartners om zijn systemen verder te verfijnen.



Tribù

Deze fabrikant van exclusief buitenmeubilair vierde vorig jaar zijn 50-jarige bestaan en groeide in die periode uit tot een internationaal gerenommeerde speler in zijn niche. Naast high-end retailkanalen komen de producten van het familiebedrijf uit Bilzen terecht in onder meer bedrijven, hotels en luxejachten. Tribù werkt samen met internationale topontwerpers en draagt onderzoek en ontwikkeling hoog in het vaandel. Continu testen ze in laboratoria nieuwe materialen naar hun weerstand tegen de meest uiteenlopende weersomstandigheden.

De 31,7 voltijdequivalenten genereerden in 2017 een exportomzet van 26.593.746 euro. 42% daarvan komt uit export naar niet-EU-landen. Vandaag is de Limburgse fabrikant in 35 landen actief.

DE WEG NAAR WINST

Op 14 september verdedigen de 6 finalisten hun wedstrijdossier voor een professionele eindjury van academici, werkgeversorganisaties, vertegenwoordigers van de Vlaamse overheid en de huidige Leeuwen. Tijdens dat jurymoment worden de 2 Leeuwen gekozen die een jaar lang de ambassadeurs zullen zijn van de Vlaamse export.

Wie de laureaten zijn, blijft top secret tot 19 september. Dan maakt Vlaams minister-president Geert Bourgeois de winnaars bekend tijdens de plechtige prijsuitreiking in Antwerpen. Naast het kruim van ondernemend Vlaanderen tekent het voltallige binnenlandse FIT-netwerk hierop present.

B

IN DE CATEGORIE

Bedrijven met 50 of meer medewerkers



beMatrix

beMatrix uit Roeselare ontwikkelt en produceert sinds 1993 modulaire standbouwsystemen. De profielen en kaders in aluminium staan garant voor een snelle op- en afbouw van de beursstand en zijn herbruikbaar. Daardoor bedraagt de ecologische voetafdruk een derde van een klassieke beursstand in houtbouw.

In 2017 realiseerden de 140 voltijdequivalenten van het West-Vlaamse bedrijf 13.511.391 euro omzet uit export, waarvan 33% buiten de EU. Vandaag is het bedrijf in 32 verschillende landen actief. Vorig jaar sleepte beMatrix nog een Red Dot Award voor productdesign in de wacht voor zijn innovatieve videowall met ledschermen die naadloos in de wanden van de beursstand wordt geïntegreerd.



Biobest Group

Biobest Group zet al meer dan 30 jaar hommels en andere insecten in voor bestuiving en biologische bestrijding van ziektes en plagen in de tuinbouw. Het biotechnologiebedrijf uit Westerlo is vandaag op de 5 continenten aanwezig in 65 verschillende markten.

In 2017 haalde het met zijn 1009 voltijdequivalenten een omzet van 74.492.628 euro uit export. Ruim de helft (53%) daarvan komt uit niet-EU-landen. Verder investeert het Kempense bedrijf sterk in onderzoek en ontwikkeling. Zo resulteerde de internationale samenwerking met academici en technologiestart-ups al in een aantal baanbrekende innovaties op het vlak van biologische ziektebestrijding.



Manna Foods

Al sinds 1935 produceert Manna Foods koude en warme sauzen voor supermarkten en het food-servicesegment. Naast een eigen productlijn onder het merk Manna hanteert het Wijnegemse voedingsbedrijf een privatelabelstrategie.

De 110 voltijdequivalenten draaiden in 2017 een exportomzet van 18.092.516 euro. Vandaag is Manna Foods in 53 verschillende landen aanwezig. Naast Europa mikt de Antwerpse fabrikant vooral op de Afrikaanse markt, waar de vraag naar kwalitatieve Belgische mayonaise erg groot is. Voor frituren ontwikkelde het bedrijf een gepatenteerd verdeelsysteem: een draaimolen met een knijpsysteem om porties nauwkeurig af te meten en zo weinig mogelijk saus verloren te laten gaan.

WAAROM U DE PRIJSUITREIKING OP 19 SEPTEMBER NIET MAG MISSEN:

- U zit op de eerste rij om kennis te maken met de nieuwe Leeuwen.
- U leert van de besten exporteren en internationaliseren.
- U kan uitgebreid netwerken met onze experts en exporterend Vlaanderen.

**OOK U KAN ERBIJ ZIJN
OP DE UITREIKING VAN
DE LEEUW VAN DE EXPORT
2018!**

**SCHRIJF U SNEL IN OP
WWW.LEEUWVANDEEXPORT.BE**





Europa geeft u nieuwe kansen



Advies voor uw onderneming binnen handbereik



Bent u binnenkort een kersverse zaakvoerder, bent u dat onlangs geworden, of wil u nieuwe markten aanboren, dan biedt Europa u een unieke kans. Net als studenten kan u een Erasmus-programma volgen, maar dan bij een succesvolle sectorgenoot in het buitenland. Dat levert pakken waardevolle ervaring op die uw eigen ondernemingssucces aanzienlijk vergroot. Omgekeerd kan u als ervaren gastbedrijf uw expertise delen met nieuwe ondernemers uit heel Europa en zo hun internationale groei boosten.

Erasmus for Young Entrepreneurs (EYE) bestaat al sinds 2009. Tot voor kort beperkte het programma zich grotendeels tot grensoverschrijdende uitwisselingen binnen de 28 EU-lidstaten. Maar daar komt verandering in, met Erasmus for Young Entrepreneurs (EYE) Global. Zo behoren nu eveneens Israël, Singapore en de VS tot de mogelijkheden.

Doe wereldwijd ervaring op

Met EYE Global wil Europa zijn ondernemers ook een verrijkend verblijf aanbieden bij kleine en middelgrote ondernemingen van buiten de Europese grenzen. Tijdens de pilootfase, waarin het project zich momenteel bevindt, kunnen ambitieuze Europeanen tot 3 maanden lang aan de slag bij een bedrijfseigenaar of -manager uit de VS (staten New York en Pennsylvania), Israël en Singapore. Een samenwerking met een Europees bedrijf kan tot 6 maanden duren. De EU dekt daarbij een deel van de reiskosten, bijvoorbeeld 800 euro voor de VS en Singapore, en 600 euro voor Israël. Tegelijk kent ze een maandelijkse verblijfsvergoeding van 1.000 euro toe. Maar EYE Global biedt u nog veel meer dan deze financiële ondersteuning.

Onbetaalbare troeven

Zowel bij het normale EYE-programma als EYE Global krijgt u als nieuwe ondernemer ervaring, advies en on-the-jobtraining van een kmo die uw traject al met veel succes aflegde. Unieke kennis, die helpt om een businessidee verder uit te bouwen of om uw eigen bedrijf straks succesvol op te starten.

Bestaat uw onderneming al een poos en wil u internationaal groeien, dan geeft deze buitenlandse ervaring u dé kans om potentiële partners te vinden. Tegelijk leert u zo ter plaatse de markt kennen. U kan immers mee op businesstrip gaan, incubatoren bezoeken, deelnemen aan pitchsessies enzovoort. Heeft u zelf een ondernemer uit een ander Europees land te gast, dan wint u eveneens bij de samenwerking. Want ongetwijfeld brengt hij gespecialiseerde skills en kennis mee. Met zijn

frisse blik op uw zaak reikt hij mogelijk nieuwe ideeën aan. Met deze persoon onder uw vleugels leert ook u bij over buitenlandse markten en smeedt u tegelijk internationale partnerships. Wie weet, leidt dit tijdelijke verblijf zelfs tot duurzame zakenrelaties, waarbij jullie samenwerken in een joint venture, elkaar oplossingen leveren enzovoort. De kansen liggen er, aan jullie om ze te grijpen.

Voor prille ondernemers en ervaren toppers

Wanneer u als jonge zaakvoerder (in spe) wil deelnemen aan EYE (Global), is het cruciaal dat u permanent in de EU verblijft. Verder heeft u gevorderde plannen om een bedrijf te starten, met een stevig businessplan. Of richtte u uw onderneming minder dan drie jaar geleden op. Als gastondernemer moet u een ervaren en succesvolle eigenaar of manager zijn van een zaak die minstens drie jaar bestaat en actief is in een van de deelnemende landen. Een persoon vol motivatie om kennis te delen én uit te wisselen.

Zorgvuldige selectie, voor een topmatch

Zowel de nieuwe ondernemingen als de gast-bedrijven worden geselecteerd door EYE (Global)-organisaties, zoals een starterscentrum, incubator of overheidsinstantie. Bij hen dient u dus online uw aanvraag tot deelname in. In Vlaanderen kan u hiervoor terecht bij het VLAIO.

Geef als jonge ondernemer uw cv mee, en benadruk apart uw relevante skills, ervaring, opleiding, talenkennis, sector en motivatie. Voeg ook het businessplan voor uw eventuele nieuwe zaak toe, net als een boeiend werk- of leerplan dat u met de ervaren eigenaar of manager wil realiseren.

Toon als gastonderneming uw sterke trackrecord aan en bewijs dat uw activiteit relevante leerkansen biedt. Geef uw cv mee, en licht zeker uw talenkennis en motivatie toe.

Op naar een vruchtbare samenwerking

Mag u deelnemen, dan krijgt u als jong bedrijf eventueel een match met iemand uit uw land van voorkeur voorgesteld. Maar u kan ook zelf een ervaren zaakvoerder zoeken in een databank. Dan regelen jullie respectievelijke EYE (Global)-organisaties de eerste contacten. Vergeet de voorbereiding niet. Bedenk goed wat jullie samen zullen doen om welke doelstellingen te bereiken en zet dat op papier. Wordt ook dat plan goedgekeurd, dan moet u als bezoeker enkel nog de nodige visa en buitenlandse verzekeringen regelen, begeleid door uw EYE Global-organisatie. Jullie ondertekenen ook alle twee enkele overeenkomsten met EYE (Global). Daarna kan jullie boeiende samenwerking definitief starten. EYE (Global) blijft jullie ondersteunen en contact houden om te polsen of alles zoals gewenst verloopt, en om de ervaringen te evalueren.

KLAAR VOOR EEN INTERNATIONAAL ONDERNEMINGSBAD?

Met het EYE Global-programma, dat loopt van 2018 tot 2020, wil Europa maar liefst 120 uitwisselingen mogelijk maken. Daarnaast loopt het normale Erasmus For Young Entrepreneurs onverminderd door.

Wil u deelnemen en zo unieke ondernemerservaring opdoen of doorgeven? Neem dan vandaag nog contact op met Hajar Zamouri bij VLAIO, via hajar.zamouri@vlaio.be.

Meer over het Erasmus for Young Entrepreneurs-programma, ook de Global-versie, leest u op www.erasmus-entrepreneurs.eu.

Bulgarije en Macedonië Sofia en Skopje

14 tot en met 18 oktober 2018

Benieuwd naar de mogelijkheden voor uw bedrijf in Sofia en Skopje? Tijdens deze multisectorale groepszakenreis – met focus op milieu en transport – ontdekt u het allemaal.

Gelegen in het hart van de Balkan geeft Bulgarije directe toegang tot Turkije, de Zwarte Zee en Griekenland enerzijds, en Roemenië, Servië en Montenegro anderzijds. Vanuit Bulgarije ligt met andere woorden een potentiële markt van 60 miljoen inwoners binnen handbereik. Bulgarije is bovendien lid van de EU en de nationale munt (Bulgaarse lev) heeft een vaste waardeverhouding ten opzichte van de euro. Bulgarije kan op miljarden euro's Europese steun rekenen voor de periode 2014-2020 (Europese operationele programma's / Investeringsprojecten van de EIB), onder meer om nieuwe infrastructuur te financieren en het bbp drastisch te laten groeien.

De meeste professionele opportuniteiten bevinden zich in Sofia. Daarom is het luik Skopje eerder een verkennende reis, vooral voor exporteurs die al actief zijn in de Balkan.

INSCHRIJVEN? Tot en met 7 september 2018 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Bart Van den Bossche op 02 504 87 09 of bart.vandenbossche@fitagency.be

Rwanda en Tanzania Kigali en Dar es Salaam

20 tot en met 24 oktober 2018

In Rwanda en Tanzania liggen heel wat businesskansen, maar is het ook iets voor uw bedrijf? Met een b2b-programma op maat, infosessies en netwerkevents mikt deze missie op ondernemers die de opportuniteiten en potentiële partners in deze twee Afrikaanse landen willen in kaart brengen.

In Rwanda zijn er mogelijkheden voor Vlaamse bedrijven in vele sectoren zoals energie, bouw (woningen en bouwmaterialen), wegen, spoorwegen en luchthavens, water (toegang tot drinkwater), gezondheid, landbouw en agro-industrie. Maar ook Tanzania biedt interessante opportuniteiten in de sectoren energie, mijnbouw, infrastructuur, bouw, transport en logistiek, gezondheidszorg, telecommunicatie-ICT, landbouw en agro-industrie, toerisme en financiële dienstverlening.

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 augustus 2018 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Catherine Van Ransbeeck op 02 504 88 62 of catherine.vanransbeeck@fitagency.be

Brazilië São Paulo, Rio de Janeiro en/of Curitiba

21 tot en met 27 oktober 2018

Tal van sectoren zijn beloftevol in Brazilië. Vooral deze sectoren springen in het oog: high quality food, gezondheidszorg, infrastructuur, logistiek, bouw, energie en milieu. Wil u deze belangrijke exportmarkt (her) ontdekken? Dan is deze groepszakenreis een ideale gelegenheid. In een week kan u het volledige potentieel van Brazilië inschatten!

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 september 2018 op

www.flanderstrade.be

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

Myanmar Yangon en Naypyidaw

2 tot en met 7 december 2018

Myanmar is voorlopig nog een blinde vlek op de kaart bij vele Vlaamse exportbedrijven. Toch biedt deze nieuwe groeimarkt in Zuidoost-Azië veel interessants. Ontdek het zelf tijdens onze verkenningszending naar Myanmar. We trekken naar Yangon, het zakelijke centrum en de grootste stad van het land, en naar Naypyidaw, de administratieve hoofdstad.

INSCHRIJVEN? Tot en met 14 september 2018 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Sabine Vincke op 02 504 87 41 of sabine.vincke@fitagency.be

KALENDER

MEDIC East Africa Nairobi

25 tot en met 27 september 2018

Medic East Africa is de belangrijkste vakbeurs voor gezondheidszorg en medische uitrusting in Oost-Afrika. FIT zal er opnieuw aanwezig zijn met een onthaalstand. Zowat 3.900 professionele bezoekers en beslissingsnemers worden verwacht die geïnteresseerd zijn in de producten en diensten van ongeveer 290 exposanten uit zo'n 37 landen.

INSCHRIJVEN? Tot en met 23 augustus 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Linda Huybrecht op 02 504 88 37 of linda.huybrecht@fitagency.be

Agroprod mash Moskou

25 tot en met 27 september 2018

Agroprod mash is de grootste beurs in Rusland voor machines, benodigdheden en ingrediënten voor de voedings- en verwerkingsindustrie. Op de vorige editie kwamen 24.000 bezoekers af uit 65 landen en 84 regio's van Rusland. Aan de beurs namen toen 808 bedrijven deel.

Op de FIT-onthaalstand worden machines en materiaal voor de productie en verwerking van voeding voorgesteld. Dit event is een eenvoudige, laagdrempelige introductie tot de Russische markt en biedt vele opportuniteiten voor buitenlandse kwaliteitsproducten. De deelname is gratis, u betaalt alleen de verzendingskosten.

INSCHRIJVEN? Tot en met 23 augustus 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Linda Huybrecht op 02 504 88 37 of linda.huybrecht@fitagency.be

BIO-Europe Kopenhagen en Malmö

5 tot en met 7 november 2018

Alle biotechspelers in Europa blazen verzamelen op BIO-Europa. Ook FIT en flanders.bio tekenen er opnieuw present met een gratis onthaalstand.

INSCHRIJVEN? Tot en met 14 september 2018 op www.flanderstrade.be

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

Smart City Expo Barcelona

13 tot en met 15 november 2018

De maatschappelijke uitdagingen zijn niet mals. Zeker op het vlak van mobiliteit, energie en veiligheid zijn efficiënte oplossingen nodig. Steden zoeken mogelijkheden om zich doordacht te organiseren, om een duurzame samenleving te creëren en de levenskwaliteit van de inwoners te verbeteren. Daarom organiseert FIT een beursdeelname via een Product Sample Booth (PSB) op Smart City Expo in Barcelona, in samenwerking met DSP Valley en de collega's van onze evenknieën in respectievelijk Wallonië en Brussel.

Bent u deel van de oplossing? Kom dan zeker naar Smart City Expo Barcelona, een toonaangevende vakbeurs, die mikt op ruim 17.000 bezoekers, ongeveer 600 exposanten uit meer dan 126 landen, en de aanwezigheid van meer dan 650 steden. Kmo's betalen € 1.500 + € 350 registration fee & verzekering. Als niet-kmo loopt dat op tot € 3.000 + € 350. Steden/stadbesturen kunnen inschrijven voor een individuele standmodule tegen € 650.

INSCHRIJVEN? Tot en met 19 augustus 2018 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Sara Caudron op 02 504 87 60 of sara.caudron@fitagency.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 1
westvlaanderen@fitagency.be



LEEUW VAN DE EXPORT 2018

FLANDERS INVESTMENT & TRADE



BOOST UW EXPORT!

WELK BEDRIJF IS EEN SUCCES IN MEER DAN ÉÉN GENT?

KOM HET TE WETEN OP WOENSDAG 19 SEPTEMBER
TIJDENS DE UITREIKING VAN
DE **LEEUW VAN DE EXPORT 2018**.

SCHRIJF NU IN EN KOM NETWERKEN MET ONS NETWERK.

LEEUWVANDEEXPORT.BE

Hoofdsponsor



Sponsor

