

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

wereld

105

2\2018

wijs



**Internationale stroomversnelling
voor Erie Water Treatment**

Vietnam: economische wereldsprinter van formaat



04

In gesprek met **Erie Water Treatment**

Zakendoen in Vietnam



11

en verder ...

3 Edito \ **8** Intussen... \ **10** Marktinformatie \ **16** Gymna vindt Zweedse zakenpartner via Enterprise Europe Network Vlaanderen, voor verdeling van innovatief meettoestel EasyAngle \ **18** Kalender

“Samenwerken en één front vormen, vragen ondernemers”

Beste lezer,

2018 is al enkele weken goed vertrokken, de nieuwjaarsrecepties zijn ondertussen verteerd. Vaak krijgen ondernemers en beleidsmakers op dergelijke events het podium om te vertellen hoe zij de toekomst zien. En wat ze nodig hebben of missen om die visie waar te maken. Opvallende gemene deler dit jaar was de oproep naar meer en betere samenwerking. Om zich zo sterker te kunnen profileren, zowel in eigen land als op het wereldtoneel.

Voor mij was het telkens opnieuw een bevestiging dat onze Vlaanderen Versnelt!-strategie – de internationaliseringsstrategie voor de Vlaamse economie – raak en relevant is. Dat we met onze dienstverlening bij FIT tegemoetkomen aan een acute behoefte, en dat is een bijzonder fijn gevoel. Het geeft ons keer op keer de energie om er voluit voor te gaan. Om ervoor te zorgen dat u optimaal gewapend bent om die buitenlandse strijd aan te gaan.

Daarom blijven we u interessante en veelbelovende markten voorstellen. Zoals Vietnam in deze Wereldwijs bijvoorbeeld: op korte tijd is dit land erin geslaagd om het juk van een recent oorlogsverleden van zich af te schudden en een reputatie van economische turbomacht op te bouwen. En we hebben nog maar het begin gezien. Graag helpen we u dan ook bij het veroveren van een plek op deze en andere boeiende exportmarkten!

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/groups
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, Luk Monsaert 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.





Erie Water Treatment

Van kleine dochter over de plas tot wereldveroveraar

“First we take the Kempen, then we take the world”. Dat zullen de Amerikaanse ondernemers van Erie Water Treatment vast niet gedacht hebben toen ze in 1969 met hun besturingskleppen naar Herentals trokken. En toch is het dat wat er vandaag gebeurt, dan wel onder de impuls van de Vlaamse dochter in plaats van het Amerikaanse moederbedrijf. Met afzet van Europa tot China is deze ontwikkelaar en fabrikant van waterbehandelingstoestellen een wereldspeler geworden die vandaag zelf de bakens verzet.

Erie Water Treatment mag dit jaar trouwens extra feesten, want het bedrijf blaast 75 kaarsen uit. An Stammeleer, adviseur Internationaal Ondernemen van provinciaal kantoor Antwerpen, trok naar Grobbendonk om general manager Nick Govaert en sales & marketing manager Björn Verschaeve als eerste proficiat te wensen.

Tweede Wereldoorlog

Nick Govaert: “Erie is ontstaan in 1943 als een typisch Amerikaans ‘oorlogsbedrijf’. Het maakte aanvankelijk besturingskleppen voor persluchttoepassingen in gevechtsvliegtuigen. Pas na de oorlog ontwikkelde Erie de allereerste automatische besturingsklep voor een waterontharder, zowat ‘de motor’ in een waterbehandelingstoestel. Op dat moment stond de branche nog in zijn kinderschoenen. Halverwege de 20e eeuw begon de vraag naar waterbehandeling te stijgen toen wasmachines, waterkokers, koffiezetapparaten en andere toestellen hun intrede deden in het huishouden. Behandeld water laat al die apparaten beter functioneren en geeft hen een langere levensduur.”

Björn Verschaeve: “De ‘water treatment’ in onze naam staat voor meer dan ontkalking alleen. We filteren het water op ijzer en sedimenten, of we neutraliseren smaak en geur. Dat proces vindt plaats waar het water binnenkomt in een gebouw.”

Europa om de hoek

An Stammeleer: “In 1969 opende Erie een eerste Europese vestiging in Herentals. Waarom werd er precies voor ons land gekozen?”

Björn Verschaeve: “Met zijn centrale ligging is deze regio een uitstekende logistieke uitvalsbasis, met Nederland, Frankrijk en Duitsland om de hoek. Verder zit er hier – net als in de VS – veel kalk in het water, een geschikte afzetmarkt dus voor wateronthardingsproducten.”

\\ In 2009 werden we plots een concurrent van onze klanten \\

An Stammeleer: “Jullie waren als bijhuis in Europa louter verdeler van Amerikaanse besturingskleppen?”

Nick Govaert: “Neen, op onze site in Herentals zijn wij meteen met de productie van kleppen gestart, die we over Noord- en West-Europa verdeelden. In 2000 werd Erie overgenomen door Aquion, een Amerikaanse groep die zich toespitst op waterbehandeling. Toch bleven we in België onze eigen kleppen produceren. Het jaar na de overname verhuisden we zelfs naar een grotere locatie in Olen, om de stijgende vraag de baas te kunnen. In 2007 volgde een nieuwe uitbreiding, en vorig jaar pas verhuisden we

opnieuw naar Grobbendonk. De aanhoudende groei dwong ons de voorbije twintig jaar tot een toer doorheen de Kempen!”

Omwenteling

An Stammeleer: “Tot 2008 waren de Amerikaanse en Europese productportfolios en activiteiten dus vrij gelijklopend. Maar in 2009 gooide Erie België het over een volledig andere boeg, zowel op gebied van productieontwikkeling als qua internationale marktstrategie. Vanwaar die ommezwaai?”

Björn Verschaeve: “Ten eerste begonnen we in Olen complete waterbehandelingstoestellen te produceren, terwijl we voorheen enkel de klep ontwikkelden. Dit deden we onder impuls van de toename van goedkope kleppen op de markt, onder meer uit China. We vreesden voor onze concurrentiepositie in Europa. Dat was een erg ingrijpende shift voor ons klantenbestand: tot dan waren wij leverancier van kleppen voor assembleurs van complete waterbehandelingstoestellen, maar plots werden we zelf producent. En dus concurrent van onze vroegere klanten.”

An Stammeleer: “Welk effect had die omslag op jullie klantenportefeuille?”

Nick Govaert: “We kozen voor een constructieve aanpak en zochten meteen de samenwerking met de assembleurs op. Hen overtuigden

we om resellers van onze complete toestellen te worden: we deden hen inzien dat de tijd die ze voorheen stopten in de assemblage nu konden investeren in de verkoop van producten. Die switch was voor velen niet zo moeilijk: zij die het product het best kennen, zijn de beste verkopers. Het vergde heel wat tijd en mas-seerwerk, maar uiteindelijk konden we ruim 90% van onze klantenportefeuille behouden, en transformeerden we van een producent van componenten naar een fabrikant van complete eindproducten. Ons gamma breidden we stelsel-matig uit: naast residentiële toestellen, kwamen er ook toestellen bij voor grotere commerciële en industriële toepassingen, horeca enzovoort.”

Björn Verschaeve: “De nieuwe onderdelen werden op gloednieuwe banden geproduceerd, maar we namen ook onze bestaande productie-processen stevig onder handen. Een van onze ingenieurs test non-stop hoe we onze proces-sen verder kunnen automatiseren. De basis-technologie achter onze besturingsklep zelf is al decennialang nagenoeg onveranderd geble-ven, maar dankzij onderzoek en ontwikkeling maken we ze steeds zuiniger, goedkoper en betrouwbaarder, en zetten we in op innovatie. Zo worden vandaag alle toestellen slimmer, dus ook de waterontharder. Een klant verwacht dat hij op elk moment en overal kan volgen hoeveel water of zout zijn toestel verbruikt, of hoeveel keer zijn toestel regenereert - het proces waarbij

zout water de onthardingshars zuivert. Dus maken wij een waterbehandelingsapparaat met ingebouwde wifi die hem dat via een app vertelt.”

Nick Govaert: “Productontwikkeling doen we vaak onder impuls van onze lokale distributeurs, onze oren en ogen op de markt. Door hun b2c-relaties leren wij de klantennoden beter kennen en krijgen we nieuwe inzichten. Wij kennen ons water en onze toestellen, maar zij zijn de echte experts binnen hun lokale afzetmarkt.”

De wetgeving in Centraal- en Oost-Europa is vaak veeleisender dan bij ons

Oostwaarts

An Stammeleer: “En gelijk grepen jullie ook naar een andere internationale marktstrategie?”

Björn Verschaeve: “Ja, de nieuwe productie hing samen met die andere grote werf van 2009: verder internationaliseren. Naast Noord- en West-Europa beslisten we ons ook te richten op Centraal- en Oost-Europa. Daar hadden we toen amper klanten. Nochtans was de koopkracht er ondertussen groot genoeg om te investeren in onze toestellen voor ‘luxewater’. Dat was mijn taak: de deuren naar het oosten opengooien.

Daarin hadden we als Erie België een grote autonomie. We rapporteerden wel aan het Amerikaanse moederbedrijf, maar als Europese poot mochten we de businessontwikkeling en marketing helemaal zelf verzorgen. Gedurende 4 à 5 jaar zijn we hier intensief mee bezig geweest en werkten we onder andere nauw samen met FIT.”

An Stammeleer: “Hoe verliep de intrede op de Centraal- en Oost-Europese markt?”

Björn Verschaeve: “Minder eenvoudig dan verwacht. We werden er geconfronteerd met andere wetgeving en normeringen, die andere certificaten vereisten. Het lijkt niet zo, maar in de Centraal- en Oost-Europese landen zijn ze qua regulering veeleisender dan bij ons. Maar ook de impact op je communicatie en marke-ting is niet te onderschatten: denk maar aan manuals, instructies op het apparaat, websites en brochures, allemaal in nieuwe, verschillende talen.”

Size matters

An Stammeleer: “Nieuwe normering en commu-nicatie, zijn dat voor jullie de grootste barrières om te internationaliseren?”

Nick Govaert: “Die zijn taai ja, want in geen twee markten dezelfde. Maar ook product-

—ID—

Bedrijf: Erie Water Treatment
(moederbedrijf: Aquion)

Sector: waterbehandeling

Opgericht in: 1943,
actief in Vlaanderen sinds 1969

Omzet in 2017: ± 9 miljoen euro

**% van omzet 2017 gerealiseerd
in het buitenland:** 80%

Aantal medewerkers: 30

Hoofdkantoor: Grobbendonk

Aanwezig in 45 landen



technisch komt er veel bij kijken. Zo verschilt de manier waarop water 'binnenkomt' in een pand van land tot land, zelfs binnen de EU. In Nederland bijvoorbeeld komt het water vaak via een kleine kruipruimte binnen. Dat zorgt voor andere productvereisten en klantverwachtingen. In West-Europa zijn ze fan van compacte toestellen, terwijl Oost-Europa meer van grote toestellen houdt. Maar dat is niet noodzakelijk negatief, het noopt ons vaak tot innovatie."

Train-the-trainer

An Stammeleer: "Hoe bewerken jullie nieuwe markten?"

Nick Govaert: "We werken altijd via een netwerk van nationale of regionale importeurs en distributeurs. Onze kwaliteit en reputatie zijn essentieel om ons te onderscheiden, dus we gaan niet in zee met de eerste de beste. Onze partners moeten een uitstekende service, onderhoud en technische support kunnen garanderen aan de eindgebruiker. Daarom houden we vast aan een train-the-trainer-programma: wij leiden onze importeurs op, zij nemen die bagage op hun beurt mee naar hun lokale markt en leiden er zelf mensen op. Als tegenprestatie proberen wij onze verdelers excellente zakenkansen te garanderen door ervoor te zorgen dat onze producten voornamelijk via hen op de markt komen. Volledige exclusiviteit is niet altijd haalbaar, maar we proberen hun distributiepositie wel zo goed mogelijk te beschermen."

Onze distributeurs, niet wij, zijn de echte experts op de markt

An Stammeleer: "Die lokale distributeurs zoeken jullie zelf ter plaatse?"

Björn Verschaeve: "Klopt. Bij onze eerste stappen op de Centraal- en Oost-Europese markt hebben we intensief samengewerkt met FIT. Keer op keer bleek de lokale Vlaamse Economische Vertegenwoordiger een belangrijke bron van informatie. Maar je moet natuurlijk ook zelf goed je huiswerk maken, zeker in een nichesector als de onze is de juiste contacten vinden niet evident. We namen deel aan vakbeurzen zoals Aquatech, en breidden zo stap voor stap ons netwerk uit."

China lonkt

An Stammeleer: "Water kruipt waar het wil, en stopt niet bij de Europese grenzen?"

Nick Govaert: "Zo is dat! Toen we voelden dat we onze draai hadden gevonden in Centraal- en Oost-Europa, waren we klaar voor een volgende grote stap: China. In 2002 gingen onze Amerikaanse collega's in zee met een Chinese partner – voor kleppen, geen toestellen – maar dat verhaal liep op een sissers af. Toch bleven we op zoek naar een voet tussen de deur naar de grote Chinese groeiemarkt. Erie België nam het roer over: intussen hadden wij meer ervaring met internationalisering dan het moederbedrijf, en we merkten dat de eisen van de Aziatische markt dichter aanleunden bij de Europese. Op Aquatech Amsterdam leerden we in 2013 twee Chinese bedrijven kennen waar we veel potentieel in zagen, en die kans grepen we met beide handen."

Björn Verschaeve: "Dankzij Oost-Europa kenden we intussen al beter de gevoeligheden en kneepjes van een intrede op een nieuwe, sterk geglobaliseerde markt. Die 2 ondernemers zijn trouwens vandaag nog altijd onze verdelers in China. Daarnaast zijn er al 2 nieuwe bijgekomen: 1 voor elk van onze 4 residentiële huismerken in China. Op 3 jaar tijd gingen we van een omzet van 80 à 90.000 euro naar 1 miljoen euro."

An Stammeleer: "Zullen er nog Aziatische markten volgen?"

Björn Verschaeve: "Sowieso, want er is nog veel interessant en onontgonnen gebied. Sinds 2015 hebben we eigen legale entiteiten in Hongkong en China, en sinds vorig jaar een permanente medewerker in China. Die maatregelen troffen we om verdere groei in Azië te faciliteren. In Thailand en Zuid-Korea bijvoorbeeld, maar ook in India. Vooral die laatste is een erg grote stap, het moet allemaal praktisch implementeerbaar blijven. We leerden erg veel uit onze ervaring in China, met name hoeveel extra tijd, energie en aandacht je in een nieuw en uitgestrekt land stopt. Sales en marketing, normering, klanten-noden: de Chinese markt was nog een pak uitdagender dan Centraal- en Oost-Europa."

Back to the US

An Stammeleer: "Welke plekken ter wereld zijn voor jullie nog blinde vlekken?"

Björn Verschaeve: "Afrika is geen blinde vlek op onze economische kaart, maar blijft moeilijk: heel wat landen zijn er qua koopkracht simpelweg niet klaar voor onze producten. Wat wij aanbieden – onthard water – is in hun ogen niets minder dan een luxeproduct, terwijl bepaalde regio's nog altijd geen toegang hebben tot gezond en drinkbaar water. We

hebben al een aantal jaren contacten in Algerije en Zuid-Afrika, maar tot een georganiseerde aanpak voor het Afrikaanse continent zijn we nog niet gekomen."

An Stammeleer: "En terug naar de roots: de VS?"

Nick Govaert: "Het zou mooi en symbolisch waardevol zijn om onze producten ook in de VS te verdelen. Sinds de overname door Aquion ruim 17 jaar geleden, is er weinig geïnvesteerd in de Amerikaanse wateronthardingsmarkt. De ommezwaai in strategie die we in Europa doorvoerden, liet ons hier fenomenaal groeien. In grote tegenstelling tot de VS: daar blijven ze vasthouden aan het oude model en aan besturingskleppen, met een sterk gedaald marktaandeel en minder beschikbare middelen tot gevolg."

Björn Verschaeve: "Vandaag zijn we met Erie België niet in het Amerikaanse continent aanwezig, en dat heeft alles te maken met focus en middelen. Maar de komende jaren willen we die sprong wel wagen: we kunnen er alvast rekenen op de knowhow en commerciële relaties in de VS van ons zusterbedrijf RainSoft, ook een Aquiondochter, die er op dezelfde markt actief is."

Nieuwe marktaanpak

An Stammeleer: "Tot slot: wat brengen 2018 en de komende jaren voor Erie Water Treatment?"

Nick Govaert: "Op de belangrijkste afzetmarkten willen we meer eigen mensen ter plaatse hebben. Dat is al het geval in China en Frankrijk, en dit jaar krijgen we een permanente voet aan grond in Polen. We gaan ook werken aan onze exposure, we willen wereldwijd zichtbaar zijn. Als bedrijf zijn we al flink geglobaliseerd en aanwezig in 45 landen, maar er is nog veel potentieel. En we blijven inzetten op vernieuwing, onderzoek en ontwikkeling, om in te spelen op nieuwe klantverwachtingen."

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 ...

De Duitse Bundesliga, het Duitse voetbalkampioenschap, vroeg aan **Duval Guillaume** om een mediacampagne op poten te zetten. Enkele campagnes van het reclamebureau, waaronder die voor Carlsberg, zijn regelrechte virale hits. En daar is het de Bundesliga om te doen. Want om wereldwijd te verkopen, moet het zijn onlineaanwezigheid danig versterken. Ook het resultaat van de samenwerking is een schot in de roos.

Hyperpersonalisatie op basis van big data is hot. Het Antwerpse bigdatabedrijf **Sentiance** ontwikkelde een tool om uw routine te voorspellen op basis van gegevens die uw smartphone en andere slimme toestellen genereren. Zeker op het vlak van mobiliteit kan dit baanbrekend zijn. Om hiermee de Chinese markt te veroveren, sloot Sentiance een samenwerkingsakkoord met innovatiespeler Plug and Play (PNP), dat wereldwijd actief is.

Luchtruimkaarten zijn essentieel om het luchtverkeer van drones, tot 150 meter hoogte, in goede banen te leiden. Waar bevinden zich de landelijke en stedelijke gebieden, of no-flyzones zoals luchthavens en residentiële wijken? De Antwerpse softwareleverancier voor droneverkeermanagement **Unifly** slaat daarvoor de handen in elkaar met het Nederlandse HERE, een toonaangevende speler in navigatietechnologie.

Keppel Seghers tekende een miljardencontract in Hongkong. Daarvoor zal het Antwerpse technologiebedrijf samen met het Chinese Zhen Hua een kunstmatig eiland bouwen voor de kust van het eiland Shek Kwu Chau en daar een afvalbeheerinstallatie bouwen en beheren. De verbranding van het huishoudelijk afval van de metropool Hongkong zal ook stroom opwekken, goed voor het verbruik van honderdduizend gezinnen.

beMatrix is een van de 'ones to watch' volgens de organisatie European Business Awards. Doorslaggevende criteria hiervoor waren innovatie, succes en ethisch ondernemen, en uiteraard ook financiële performantie en duurzaamheid. De Roeselaarse kmo produceert modulaire oplossingen voor standenbouw, events en displays en heeft divisies in de VS, het VK, Scandinavië en Azië. Ook op de Londense Exhibition News Elite Awards viel beMatrix in de prijzen voor zijn innovatie en sterke salesorganisatie.

Baggerreus **Jan De Nul Group** (JDN) gaat in zee met het Bengalese Payra Port Authority (PPA). Met deze joint venture zullen ze een baggerproject in de diepzeehaven van Payra uitvoeren ter waarde van ongeveer 550 miljoen euro. In een eerste fase zal JDN tot 9 baggerschepen inzetten, waaronder enkele van 's werelds meest krachtige cutterzuigers. Samen wordt zo ruim 13 miljoen m³ land gecreëerd en meer dan 60 miljoen m³ uitgebaggerd.

Eind vorig jaar pakte het Brugse **AlfaVision** in Koksijde uit met een wereldprimeur: de eerste virtual reality-toepassing in de museumwereld waarin artificiële intelligentie (AI) is verwerkt. In het Abdijmuseum Ten Duinen in Koksijde worden bezoekers ontvangen door een virtuele abt. Die ziet via AI waar de bezoeker naar kijkt en geeft daar vervolgens uitleg bij.

Dierenpark Loro Parque in Tenerife beloofde het Oost-Vlaamse **Versele-Laga** met de award Premio Gorila 2016. Als hoofdsponsor van de Loro Parque Fundación is de fabrikant van voedings- en verzorgingsmerkproducten voor dieren geen onbekende voor het dierenpark. Al jaren helpen ze de biodiversiteit in het park te behouden, specifiek voor de met uitsterven bedreigde papegaaien.

Uit vijftien kandidaten kaapte **iFlux**, spin-off van UAntwerpen en VITO, de Deense NICOLE Innovation Award 2017 weg. De winnaar ontwikkelde een innovatieve grondwatermonitor om de verspreiding van bodemverontreiniging nauwkeurig en efficiënt in kaart te brengen. Gewone metingen maken enkel een momentopname van de bodemverontreiniging. De oplossing van iFlux, daarentegen, monitort de verspreiding van de vervuiling over een langere periode, waardoor een veel exacter beeld mogelijk is en de sanering sneller en efficiënter verloopt.

Het Gentse designbedrijf **Muller Van Severen** telt nog maar zes jaar en rijgt de prijzen aaneen. Logisch dat hun creaties hoog op vele verlanglijsten prijken. Eerst vooral in eigen land, maar nu steken oprichters Fien Muller en partner Hannes Van Severen ook de oceaan over. Airbnb vroeg hen om een concept te bedenken voor de gerenommeerde vakbeurs Design Miami. Ze ontwierpen een replica van hun eigen woonkamer met daarin hun zelf ontworpen meubels.

Baggeraar **DEME**, deel van bouwgroep CFE, won de opdracht voor het verdiepen en onderhouden van een kanaal aan de Rio de la Plata. Dat is de riviermonding tussen Argentinië en Uruguay en de hoofdtoegang tot de op een na grootste haven van Uruguay. DEME voert dit samen uit met de Nederlandse baggeraar Boskalis. Het contract is goed voor 110 miljoen euro. De werken starten volgende maand.

Fintechplatform **B-Hive** en Stockholm Fintech Hub hebben hun voornemen om samen te werken en onderzoek uit te wisselen vastgelegd in een Memorandum of Understanding (MoU). Twee jaar geleden was B-Hive aanwezig op Slush, hét congres voor techspelers in Stockholm, op uitnodiging van FIT. Managing partner Jurgen Ingels van B-Hive was er een van de sprekers. Sindsdien hebben ze regelmatig Belgische investeerders in contact gebracht met Zweedse bedrijven. De MoU is dan ook een logische stap in de uitbouw van een sterke relatie met de Scandinavische community.

30

miljoen euro

Zoveel pompt de Chinese miljonaire Wang Wen Tao gespreid over drie jaar in Brother Fortune Equestrian (BFE). De tycoon, die zijn fortuin verdiende in vastgoed en landbouw, vliegt daarmee Belgische springpaarden over naar China. Ook – en vooral – onze toonaangevende knowhow in paardenfokkerij, stalbeheer en verzorging wil hij er introduceren. Daarvoor werkt hij samen met twee Vlaamse gewezen topruiters en hippische ondernemers: Patrik Spits van **De Dwerse Hagen** en Lieven Devos van **Linico Horses**. Zij zullen de Belgische BFE-tak leiden.

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

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

Marktinformatie

Smart mobility technology in Israel

Mobiliteitstechnologie wordt wereldwijd erkend als dé katalysator voor efficiëntere en slimmere verkeersbewegingen naar, van en binnen stedelijke agglomeraties. Zo biedt Israël aanzienlijke zakenkansen aan buitenlandse spelers in smart mobility. Vlaamse bedrijven hebben unieke nichetechnologieën en gespecialiseerde knowhow in huis voor toepassing binnen Israël enerzijds en de exportactiviteiten van Israëlsche spelers in andere landen anderzijds.

Seaports in the Baltic States

Deze marktstudie geeft een overzicht van de belangrijkste havens in de Baltische staten. In Litouwen wordt Klaipėda onder de loep genomen; in Letland de havens van Ventspils, Riga en Liepāja; dan is Estland aan de beurt met de haven van Tallinn. De activiteiten en goederenstromen worden in de bredere geopolitieke context geplaatst met aandacht voor de relaties met Rusland en Wit-Rusland, twee landen die de vermelde havens van oudsher aandoen. Als afsluiter komt ook het Rail Baltica-project aan bod dat de bouw van een Europese spoorlijn van Tallinn tot aan de Poolse grens omvat.

De bouwsector in de Verenigde Staten

Deze studie geeft u meer info over de trends in de Amerikaanse bouwsector. In snelgroeende steden leeft de vraag naar constructie- en bouwmaterialen. Daarnaast is er ook een sterke behoefte aan nieuwe technologieën, zodat de heropbouw van de door orkanen getroffen steden kan gebeuren volgens duurzaamheidsrichtlijnen. Ontdek de kansen die de bevolkingsgroei en bouwrends in de VS scheppen voor Vlaamse bedrijven. U vindt er ook interessante links naar bouwfederaties en wetgeving.

Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

Vietnam

Economische wereldsprinter van formaat

Mocht u eind vorige eeuw in Vlaanderen gevraagd hebben waarmee iemand Vietnam associeert, dan was 'oorlog' wellicht het antwoord. Stel deze vraag anno 2018 opnieuw, en we wedden dat 'gastronomie' en 'droomreis' veel beter scoren. Bij ondernemers geven wij u zelfs 'booming business' op een briefje.

Ook het prestigieuze accountantskantoor PwC bevestigt dat: zij voorspellen dat het land in 2050 behoort tot de 20 grootste wereldeconomieën.

Het imago van Vietnam maakte de laatste decennia duidelijk een enorme transformatie door en dat laat zijn sporen na. Schommelde halverwege de jaren 80 het inkomen per capita nog rond de 100 dollar, dan zit dat vandaag al flink boven de 2.000 dollar.

“Vietnam boert bijzonder goed met groeicijfers van rond de 6,7%, en alles wijst erop dat die groei zich de komende jaren zal doorzetten”, weet Wouter Vanhees, onze Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) in Vietnam. “Vietnamezen worden niet graag met hun noorderburen vergeleken, maar de economische spurt vertoont parallellen met het Chinese succesverhaal. De midden- en rijke klassen groeien elk jaar exponentieel. Vaak gaat het over tweeverdieners die in de steden wonen.”

Sterkste aandrijvers

Wat waren de succesfactoren voor groei?

Wouter Vanhees: “Officieel is Vietnam een socialistische republiek, waar de communistische hamer en sikkel nog altijd prominent het straatbeeld sieren. Maar de zogeheten ‘doi moi’ – de economische hervormingen van 1986 – maakte er in feite een vrijemarkteconomie pur sang van. Vandaag zie je er in het straatbeeld almaar meer filialen van McDonald’s en Starbucks opduiken, het land is een schoolvoorbeeld van globalisering geworden. De toenemende binnenlandse vraag

die deze hervormingen teweegbrachten, vormt de drijvende motor achter het Vietnamese succes. Daarnaast is Vietnam met zijn uiterst stabiele politieke klimaat ook een zeer aantrekkelijk land voor investeerders. Het Vietnamese volk wordt geroemd om zijn ijver, veerkracht en ondernemersmentaliteit. De omvangrijke en erg jonge bevolking – 21% is jonger dan 15 jaar – biedt een enorm potentieel aan arbeidskrachten en de lonen liggen er relatief laag. Producenten van consumentenelektronica zoals LG en Intel, zijn er talrijk aanwezig. Vietnam is vandaag bijvoorbeeld het grootste productiecentrum van Samsung buiten Zuid-Korea: de technologieure

\\ **Vergelijk een Vietnamees niet met een Chinees, maar de explosieve economische groei van Vietnam en China zijn wel erg vergelijkbaar** \\

investeerde er al voor meer dan 17 miljard dollar. Ook het grote aantal vrijhandelsakkoorden – Vietnam telt er evenveel als Singapore – verhogen de economische aantrekkingskracht van het land. Zo wordt er verwacht dat vanaf dit jaar de vrijhandelsakkoorden tussen de EU en Vietnam trapsgewijs zullen worden uitgerold. Daardoor worden de invoertarieven geleidelijk aan tot nul herleid. Op maximum tien jaar tijd zal je zonder

importtaksen kunnen exporteren naar Vietnam als Vlaamse ondernemer. Het spreekt voor zich dat dit onze handelsrelaties opmerkelijk zal versterken en uitbreiden.”

De hele keten van landbouw tot voeding

In welke sectoren maken Vlaamse ondernemers kans in Vietnam?

Wouter Vanhees: “In alle branches. Ik zie vooral opportuniteiten in elke schakel van de keten landbouw-voeding. Denk aan grondstoffen en kunstmeststoffen, maar ook aan machinebouw. Vietnam is namelijk een van ‘s werelds grootste exporteurs van landbouwproducten zoals koffie, peper en cashew. De overheid wil de landbouw moderniseren en hier meer toegevoegde waarde bij creëren, en bijgevolg meer winst maken. Daarvoor is een flinke modernisering nodig – lees: machines en technologie – en dat schept geweldige opportuniteiten voor machinebouwers gespecialiseerd in landbouw en voedselverwerking.

Ook de binnenlandse voedingsindustrie is booming business. Internationale ketens in de voeding- en retailsector hebben er stevig voet aan de grond gekregen, en consumptiepatronen veranderen snel: de vraag naar kwaliteitsvolle voeding zit in stijgende lijn. De Vietnamese consument hecht steeds meer belang aan veilig voedsel, en meer specifiek ook aan biologische en organische producten. Sterke voedingsindustrieën zoals de Vlaamse kunnen er een graantje meepikken. De groeiende middenklasse en het toenemende toerisme drijven ook de vraag naar exclusieve consumptieproducten de hoogte in, denk maar aan zoetwaren of alcohol.”

Uit pure noodzaak

Als Vietnam almaar meer buitenlandse investeringen wil aantrekken, levert dat wellicht nog mooie kansen op?

Wouter Vanhees: “Klopt. Alles wat met stads- en infrastructuurontwikkeling te maken heeft, staat in de kijker: havens, luchthavens, wegen en watertransport ... Dat op niveau brengen en houden, vereist zware investeringen en nieuwe technologie. Onze Vlaamse ondernemers zullen daar een rol spelen. Bij onze handelsmissie naar Vietnam in 2016 was ongeveer de helft van de deelnemers actief in engineering, architectuur en soortgelijke diensten.

Maar de toenemende industrialisering, verstedelijking en grote bevolkingsgroei brengen ook risico’s met zich mee. Vietnam behoort tot de top

“Een nichemarkt met een neus voor kwaliteit”

Chocolatier Smet uit Kalmthout zet wereldwijd niet de kers maar de chocolade op de taart. Als toonaangevende speler in chocoladedecoratie en innovatie zoekt het non-stop nieuwe grenzen op. Sinds 2014 zit Smet in Zuidoost-Azië, en sinds vorig jaar in Vietnam. “Geen dag te vroeg”, vertelt CEO Johan Smet, “in Vietnam vonden we een perfecte afzetmarkt en handelsklimaat.”

“Vier jaar geleden openden we een kantoor in Makassar, Indonesië, vlakbij de Indonesische cacaoplantages. Van daaruit besturen we al onze export naar de landen van Zuidoost-Azië. Pas in 2016 – na een rondreis met FIT – kregen we interesse in de Vietnamese markt. Alleen al de naakte cijfers – 90 miljoen inwoners, jaarlijks 60 miljoen toeristen – brachten ons op andere gedachten.

Samen met FIT zochten en vonden we een geschikte persoon die de import voor het hele land in handen nam. We verkopen luxe-producten aan een nichemarkt – hotelketens en retailers – maar in een groei-economie als Vietnam is de vraag groot. Door hun koloniale achtergrond zijn de Vietnamezen vertrouwd met de Franse patisserie, op gebied van kwaliteit zijn ze een stuk veeleisender dan andere Zuidoost-Aziatische landen.

Vietnamezen zijn stugge maar correcte onderhandelaars. Er heerst een open handelscultuur, en in onze relaties zijn we op weinig handelsbarrières gebotst. Enig minpuntje aan Vietnam zijn de hoge invoerrechten: een importlicentie kost je er al gauw 500 dollar per product.”

vijf van landen die de gevolgen van de klimaatsverandering het sterkst gewaarworden, onder andere door veranderende neerslagpatronen, stijgende temperaturen, meer overstromingen en droogtes. De snelle verstedelijking wordt amper bijgehouden door aangepaste infrastructuur, zoals afvalophaling en -verwerking en openbaar vervoer. In Vlaanderen zijn we wel wat gewend, maar de verkeersinfarcten die dagelijks ontstaan in en rond Vietnamese steden zijn gigantisch.

Als recyclagekampioen kan Vlaanderen knowhow, machines en projecten aanleveren om de Vietnamese vuilnisberg te helpen verkleinen. De infrastructuurproblemen lijken acuut, maar vormen tegelijk aantrekkelijke uitdagingen voor ervaren Vlaamse projectontwikkelaars. Cleantech- en milieubedrijven met oplossingen voor problemen rond lucht- en waterkwaliteit zijn vandaag geëerd in Vietnam."

\\ De infrastructuurproblemen lijken acuut, maar vormen tegelijk aantrekkelijke uitdagingen voor ervaren Vlaamse projectontwikkelaars \\

Erkende samenwerking verplicht

Hoe zet een geïnteresseerde Vlaamse ondernemer het best zijn eerste stappen richting Vietnam?

Wouter Vanhees: "De Vietnamese markt benader je via een tussenpersoon of -instantie die de taal, cultuur, wetgeving en ondernemersmentaliteit goed kent. Voor je de samenwerking beklinkt, moet je zelf uitzoeken of je contact wettelijk, financieel en logistiek in staat is om zijn verantwoordelijkheden te vervullen. Via een handelsovereenkomst hoor je ook duidelijk de rechten en de plichten van elke partij op te sommen, net als de procedures in het geval van een geschil.

De vraag die het meest aan FIT-Hanoi wordt gesteld, luidt: hoe geraak ik in contact met potentiële partners? Dan zoeken wij naar een adressenlijst, soms peilen we ook naar interesse. Daarnaast krijgen we ook een pak vragen rond de Vietnamese reglementering. De Vietnamese wetgeving en het rechtssysteem zijn namelijk complex en weinig transparant, een advocaat in de arm nemen is een goed idee."

Vietnamese hordes

Zijn er naast de ingewikkelde wetgeving nog andere struikelstenen voor zakendoen in Vietnam?

Wouter Vanhees: "Corruptie blijft een probleem. Dat beklemtoont nogmaals het belang van een

goede lokale partner, want die kent de spelregels. Een tip: ga er nooit op in en dan laten ze je wel met rust. Maar laat je je één keer verleiden om bijvoorbeeld via een envelop een licentie sneller te verkrijgen, dan is het hek van de dam. Je moet consequent zijn. Daarnaast is, ondanks het dynamische businessklimaat, de logge administratie een doorn in het oog van vele ondernemers. Vaak

"Early arrival voor de duurzame revolutie uitbreekt"

Het Zedelgemse studie- en architectenbureau **boydens engineering** poot nog altijd structuren in Vlaanderen neer, maar is ondertussen de West-Vlaamse klei ontgroeid. "We zijn allang actief in heel Europa", vertelt CEO Dirk Boydens. "De voorbije jaren gingen we op zoek naar een nieuwe markt met een andere economische deining. Die vonden we uiteindelijk in Vietnam."

"Via een missie van Voka West-Vlaanderen in samenwerking met FIT kwamen we in 2012 terecht in Vietnam. In 2013 openden we een kantoor in Hanoi, in 2016 volgde Ho Chi Minh City. Vandaag tellen we 33 mensen in Hanoi en 8 in HCMC: parallel met de Vietnamese markt zet ook onze groei zich stevig door. Duurzame bouwontwikkeling en greentech staan hier nog niet zo ver als bij ons, maar als specialist ter zake willen wij een early arrival, zo niet first arrival zijn wanneer de duurzame revolutie helemaal op gang komt.

Net zoals we vanuit België in heel Europa actief zijn, hopen we vanuit Vietnam hetzelfde te doen in Zuidoost-Azië. Steeds meer aanbestedingen lopen binnen vanuit de regio, maar momenteel hebben we onze handen vol met de Vietnamese markt, die we ook het beste kennen. Ons mooiste referentieproject is zonder twijfel de United Nations International School in Hanoi, een modern complex van 25.000 m² met een hoge graad van duurzaamheid. Dat straalt af op de hele regio.

We zijn nu stevig geworteld in Vietnam, maar onze ambities in Azië reiken veel verder. Samen met dertien Belgische sectorgenoten hebben we in 2015 in Singapore BDNA opgericht, kort voor Belgian Design Nature Architecture. FIT hielp enkele nieuwe leden van BDNA door de eerste twee jaar hun lidgelden te subsidiëren. Samen delen we een kantoor in hartje Singapore en hebben we twee medewerkers in dienst die

via intensief marketing- en lobbywerk de bekendheid van de aangesloten Belgische bureaus opkrikken. Op die manier hebben we al aan mooie projecten en wedstrijden deelgenomen, onder andere in het Vietnamese Da Nang."

6 gouden tips van (ervaren rot) Dirk Boydens over zakendoen in Vietnam

- 1. Wees geduldig, deel 1.** Onderhandelingen in Vietnam verlopen helemaal anders dan in Vlaanderen. Ons kostte het 1,5 jaar om de gang van zaken goed te begrijpen. Neem er dus je tijd voor.
- 2. Hun 'ja' is niet onze 'ja'.** Voor het woord 'ja' bestaan er 24 vertalingen in het Vietnamees, elk met een eigen nuance en ondertoon. Het woord 'neen' heeft maar één vertaling en wordt in de zakenwereld amper gebruikt, wegens onbeleefd.
- 3. Wees geduldig, deel 2.** Vietnam lijdt aan bureaucratie, en vele zaken worden op provinciaal niveau geregeld. Regionaal gelden dus andere regels.
- 4. Noord ≠ Zuid.** Noord- en Zuid-Vietnam zijn geen aparte landen, maar hebben wel een andere cultuur en invloedssfeer. Het noorden is meer gesloten en traditioneel, terwijl centraal en zuidelijk gelegen steden als Da Nang en HCMC meer westers en toegankelijk zijn.
- 5. Laat je verrassen.** Vietnamezen hechten belang aan tradities en ceremonies. Soms heeft een vergadering op hoog niveau meer weg van een festival dan van een meeting.
- 6. Laat je ondersteunen.** Onderschat de steun van je eigen overheid niet, zeker niet in een verre markt. FIT en de ambassade zijn er om te helpen en kunnen vele deuren openen. Doe je mee aan internationale tenders of wedstrijden, dan verlenen zij ook uitstekend lobbywerk.

“Ambitieuze en duurzame kijk op drinkwaterbeheer”

Met zijn expertise in waterbeheer telt het Leuvense **Hydroscan** zowel overheidsinstellingen als projectontwikkelaars in zijn klantenbestand. De waterspecialist ontfermt zich niet alleen over Vlaamse waterlopen: van Ecuador over Bulgarije tot Vietnam doen ze een beroep op zijn expertise. En precies op die laatste markt voelt het bedrijf zich als een vis in helder drinkwater, lacht Frank Provost, Directeur Internationale Projecten bij Hydroscan.

“We kwamen in Vietnam terecht via een project van de provincie Oost-Vlaanderen en UGent. Via landbouwprojecten in het zuiden kwamen ze in contact met de lokale waterproblematiek, en ze belden ons op voor onze visie op smart watermanagement. Eerst werden we uitgenodigd in Ho Chi Minh City, gauw gevolgd door andere Vietnamese steden. We bouwden een eigen netwerk uit, maar ook FIT opende vele deuren en reikte contacten aan. Ook konden we op FIT rekenen voor logistieke ondersteuning ter plaatse.

Ik hou van de vooruitziendheid en de ondernemingsdrang van de Vietnamezen. Net als vele andere landen hebben ze te maken met vervuilde waterlopen en zuiverdrinkwaterschaarste. Maar in Vietnam vatten ze de koe bij de horens en zoeken ze naar langetermijnoplossingen om nog erger te voorkomen. Ze zijn vastberaden om duurzaam om te gaan met drinkwater: de wet schrijft er een erg efficiënt waterbeheer voor, met een verliesmarge van slechts 15%. Dat is nog ambitieuzer dan bij ons.

De taal vormt soms een barrière, tolken kunnen vaak niet uit de voeten wanneer ze met ons jargon te maken krijgen. Bureaucratie kan leiden tot vertraging, en in februari ligt het land gewoonweg stil omwille van de Tet-feesten. Ook het tijdsverschil en de verre ligging zijn vaak een belemmering. Maar dat zijn allemaal externe factoren. De Vietnamezen zelf zijn prijsbewuste maar enthousiaste ondernemers, met wie het prettig zakendoen is. Ons verhaal is hier nog lang niet op zijn eind.”

voelen ze zich op calvarietocht langsgaan bij verschillende instanties. Waarbij je telkens het risico loopt dat een regelgeving anders wordt geïnterpreteerd en je bakken tijd verliest.

Verder is er ook de taalbarrière. Slechts weinigen zijn het Engels voldoende machtig voor zakelijk gebruik, zelfs in bedrijven die internationaal actief zijn. En soms merk je bij overheidsinstanties dat iemand zich uitstekend uit de slag trekt in het Engels, maar dat talent plots kwijt is tijdens de meeting. Vaak is dat omdat ze het liever compleet niet dan foutief spreken. Of dient het als bescherming. Als er later fouten zouden opduiken, is het de tolk zijn schuld. Gelukkig wordt de jongere generatie almaar meer beslagen in het Engels. Ook zien we nu de positieve gevolgen van de Vietnamese diaspora, toen talrijke Zuid-Vietnamezen na de oorlog naar de VS en Europa trokken. Nu keren ze terug met fortuin om lokaal een bedrijf op te starten, doorgaans met een westerse mentaliteit en een uitstekende beheersing van het Engels.”

Hoe anders is de manier van zakendoen met geboren en getogen Vietnamezen?

Wouter Vanhees: “Helemaal anders dan bij ons, je kan het eerder vergelijken met China. Maar zoals overal in Azië, moet je flexibel zijn in timing. Als we een afsprakenprogramma opstellen, is de kans groot dat we de meetings pas een week voor je vertrek kunnen bevestigen. Drie maanden op voorhand dingen vastleggen is ongehoord, ze denken niet op zo'n lange termijn, eerder in dagen. Voor onze missie in mei is dat een enorme uitdaging.”

Voor bedrijven die mikken op overheidsorganisaties: het apparaat is groot en nogal log. Dat betekent dat je vele niveaus moet door klimmen, dus dat vergt tijd. Hou daar rekening mee. Ook is het niet altijd evident om binnen te raken op hoog niveau. Dan helpen goede persoonlijke connecties. Ook FIT kan zorgen voor de introductie, in talrijke sectoren staat ons netwerk ijzersterk.”

PRAKTISCHE do's & don'ts BIJ ZAKENDOEN IN VIETNAM

1

Neem een businesskaartje aan met beide handen tegelijk.

2

Voor een meeting is de dresscode zakelijk.

3

Breng een eigen tolk mee naar meetings.

4

Kom op tijd voor een businessmeeting.

5

Toon respect voor oudere mensen, leeftijd is er heel belangrijk.

6

Knoop geen gesprekken aan over religie, politiek of de Vietnamese oorlog.

7

Vermijd opmerkingen over de Vietnamese overheid die beledigend kunnen overkomen.

8

Raak nooit iemands hoofd aan.

9

Vraagt een onbekende om bij hem of haar thuis te gaan eten, weiger dan. Dat is het beleefde antwoord.

10

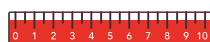
Let goed op in het chaotische Vietnamese verkeer.

BIERMARKTSTUDIE

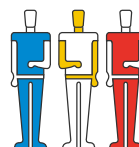
Bent u actief op de biermarkt en overweegt u om uw kans te wagen in het verre Vietnam? FIT zette voor u alvast enkele feiten op een rij, zoals de structuur van de lokale biermarkt, de meest recente trends, een overzicht van grote spelers en praktische informatie over uw ideale marktintrede.

Lees er alles over in onze marktstudie op www.flandersinvestment-andtrade.com/export/marktstudie/introductie-tot-de-vietnamese-biermarkt.

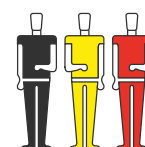
FACTSHEET VIETNAM



OPPERVLAKTE
331.210 KM²



AANTAL INWONERS
95,54 MILJOEN (2017)



AANTAL BELGEN
ingeschreven in
Hanoi: 445 (2017)



OFFICIËLE TAAL
VIETNAMEES



MUNTEENHEID
VIETNAMESE DONG (VND)
1 EUR = 0,000037 VND
(10/01/2018)



Vietnam is de op een na
grootste producent van
koffie ter wereld.

OP DE AGENDA:

/ Groepszakenreis naar Vietnam

In mei trekt FIT samen met Vlaams minister-president Geert Bourgeois naar Vietnam. Ontdek tijdens deze groepszakenreis de mogelijkheden voor uw bedrijf in een van de meest beloftevolle markten van Zuidoost-Azië.

Deze multisectorale zakenreis vindt plaats van zondag 13 tot en met donderdag 17 mei 2018. De Vlaamse delegatie zal zowel Hanoi als Ho Chi Minh City aandoen, maar intekenen voor een van de twee steden is ook mogelijk.

Meer informatie leest u op
www.flanderstrade.be.

MEER WETEN OVER ZAKENDOEN IN VIETNAM?

Raadpleeg ons landendossier op www.flanderstrade.be of neem contact op met het provinciaal kantoor in uw buurt. Alle contactinfo vindt u op onze website.

Ease of doing business index



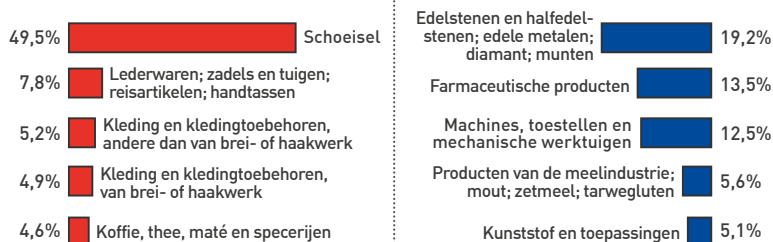
Politiek risico



Commercieel risico (van A tot C)



Vlaamse export naar Vietnam: € 401,41 miljoen (2016)



Vlaamse import uit Vietnam: € 1,69 miljard (2016)



Het team van Gymna, klaar voor de start van de verkoop van de EasyAngle.

Gymna vindt Zweedse zakenpartner via Enterprise Europe Network Vlaanderen, voor verdeling van innovatief meettoestel EasyAngle

Eenvoudig meten van beweeglijkheid gewrichten

Sinds kort verdeelt Gymna, de grootste Belgische distributeur van apparatuur voor fysiotherapie en revalidatie, een innovatief toestel om te meten hoe beweeglijk gewrichten zijn. Dit apparaat, de EasyAngle, werd ontwikkeld door de Zweedse start-up Meloq. Deze businesspartner vond Gymna via de Partnering Opportunities Database van het Enterprise Europe Network.



Advies voor uw onderneming binnen handbereik





Marie Verougstraete van Gymna samen met Lars Franzén, CEO van het Zweedse Meloq.

Samen met zijn zusterondernemingen Vitamed uit Gentbrugge en Barthels uit Hasselt verdeelt Gymna in België een breed en toonaangevend aanbod van medische hulpmiddelen voor fysiotherapie en revalidatie. Het bedrijf bestaat inmiddels 50 jaar en de groep telt 35 medewerkers. De hoofdzetel van Gymna is gevestigd in Bilzen, maar de onderneming heeft ook filialen in Gent en Zaventem.

Voortdurend speuren naar nieuwigheden

De productmanagers van Gymna zoeken continue nieuwe, innovatieve en hoogwaardige producten, om hun assortiment verder uit te breiden en te verbeteren. Daarvoor maken ze onder meer gebruik van de Partnering Opportunities Database van het Enterprise Europe Network. Deze bevat duizenden concrete businessvoorstellen, van bedrijven overal ter wereld. Ze zijn verzameld door de ongeveer 800 partnerorganisaties uit het netwerk.

Wanneer Gymna een interessante aanbieding vindt, maakt de distributeur een 'expression of interest' aan. Zo kan hij met het buitenlandse bedrijf in contact komen. Dit leidde al meermaals tot onderhandelingen over samenwerking.

In contact met nieuwe Zweedse start-up

Midden 2017 kwam Gymna via de Partnering Opportunities Database in contact met Meloq uit het Zweedse Stockholm. Dit veelbelovende, startende bedrijf ontwikkelde een digitaal toestel, de EasyAngle, om te meten hoe beweeglijk gewrichten zijn. De onderneming zocht nu buitenlandse distributeurs voor haar innovatie. Eddy Vanschoonbeek, accountmanager bij Enterprise Europe Network Vlaanderen, introduceerde het bedrijfsprofiel van Meloq bij Inge Allemeersch, productmanager bij Gymna. Zij was meteen gecharmeerd door het aangeboden toestel.

Eén meettoestel ter vervanging van drie

"Voor het objectief meten van de beweeglijkheid van gewrichten gebruikten medische professionals tot hiertoe drie instrumenten", legt Inge uit. "Met de klassieke goniometer voor de gewrichten gaan ze bijvoorbeeld na hoe goed een knie plooit. Daarbij wordt de status voor en na een behandeling gemeten, zodat de geneeskundige en de patiënt duidelijk de geboekte vooruitgang zien. De inclinometer dient voor het meten van onder meer de hellingshoek of flexie van de rug. Met de rotatiemeter wordt dan weer onder andere nagegaan hoe ver iemand zijn hoofd naar links en naar rechts kan draaien." EasyAngle maakt al die metingen mogelijk met één toestel. "Bovendien kan je de meetresultaten onmiddellijk digitaal aflezen en houd je altijd een hand vrij. Dat is heel belangrijk om de patiënt te kunnen begeleiden of hem indien nodig te ondersteunen tijdens de meting."

\\ **Zonder de Partnering Opportunities Database hadden we het innovatieve meettoestel EasyAngle wellicht nooit gekend** \\

Marie Verougstraete,
marketing en verkoop bij Gymna

Van contact naar contract

De toenadering tussen Gymna en Meloq verliep gunstig. Intussen tekenden beide bedrijven dan ook een contract, en zijn de eerste meettoestellen in Bilzen gearriveerd. Gymna maakt nu werk van de marketing en verkoop, via Marie Verougstraete. Samen met het voltallige salesteam promoot zij de EasyAngle via de bedrijfswebsite, nieuwsbrieven, LinkedIn en Facebook, met demonstraties in de toonzalen van Gymna en tijdens de open-deurdagen van de distributeur. Ook de vertegenwoordigers krijgen het toestel mee, om het onderweg te demonstreren. Dat alles om het product zo breed mogelijk bekend te maken.

Het bedrijf verwacht veel van de EasyAngle. Revalidatie steunt immers sterk op evidence-based behandelingen, waarbij het objectiveren van behandelingsresultaten via exacte metingen belangrijk is. Het Zweedse meettoestel is daarvoor geknipt: het apparaat is wetenschappelijk onderbouwd, uitgebreid getest en bovendien betrouwbaarder, adequater en gebruiksvriendelijker dan ooit.

Zeer tevreden over ondersteuning

Beide dames van Gymna, Inge Allemeersch en Marie Verougstraete, zijn uiterst tevreden over de dienstverlening van Enterprise Europe Network Vlaanderen. De distributeur is er dan ook al jaren klant bij.

Marie Verougstraete: "Zonder de Partnering Opportunities Database hadden wij de EasyAngle wellicht nooit gekend. De meeste samenwerkingsvoorstellen uit de databank zijn ook goed uitgewerkt: to the point en verduidelijkt met afbeeldingen. Uiteraard zijn niet alle bedrijfsprofielen even interessant. Maar dan is het onze taak om de beste eruit te pikken en contact te leggen met de betrokken buitenlandse firma's." Accountmanagers als Eddy Vanschoonbeek helpen daar ook graag bij, door zelf voorstellen met veel potentieel uit de databank aan te reiken, zoals dat van Meloq.

"Als we via de database vernieuwende producten zoals de EasyAngle kunnen toevoegen aan ons gamma, draagt dit ongetwijfeld bij aan de positieve uitstraling en de verdere groei van ons bedrijf", besluit Inge Allemeersch.

\\ **Als we via de database vernieuwende producten kunnen toevoegen aan ons gamma, draagt dit ongetwijfeld bij aan onze positieve uitstraling en groei** \\

Inge Allemeersch, productmanager Gymna

ZELF OP ZOEK NAAR EEN INTERNATIONALE BUSINESSPARTNER?

Raadpleeg dan zeker ook de Partnering Opportunities Database op www.samenwerkenineuropa.be. Of neem contact op met:

Eddy Vanschoonbeek, accountmanager voor Enterprise Europe Network Vlaanderen, via: 0473 62 41 72 of eddy.vanschoonbeek@vlaio.be

Caroline Tersago, projectmanager bij FIT, via: 02 504 88 76 of caroline.tersago@fitagency.be

Vietnam Hai Phong, Hanoi en Ho Chi Minh City

12 tot en met 19 mei 2018

Tijdens deze groepszakenreis onder begeleiding van Vlaams minister-president Bourgeois ontdekt u samen met FIT de opportuniteiten voor uw bedrijf in een van de meest beloftevolle markten van Zuidoost-Azië. Kansen liggen in uiteenlopende sectoren, van voeding over cleantech tot zorg en machinebouw.

INSCHRIJVEN? Tot en met 2 maart 2018 op

www.flanderstrade.be

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

Ierland Dublin

12 tot en met 19 mei 2018

De macro-economische indicatoren en de hoge nood aan nieuwe huizen en kantoorruimtes tonen aan dat er talrijke mogelijkheden bestaan voor onze Vlaamse bouw(materialen)bedrijven. Ook de huidige en toekomstplannen van de Ierse overheid binnen de constructiesector zijn het bewijs dat een groei daarin in de steigers staat.

Tijdens deze groepszakenreis ontdekt u samen met FIT de opportuniteiten voor uw bedrijf. FIT maakt voor u een afsprakenprogramma op maat.

INSCHRIJVEN? Tot en met 16 maart 2018 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Ann Verschueren op 02 504 87 56 of
ann.verschueren@fitagency.be

Denemarken en Noorwegen Kopenhagen en Oslo

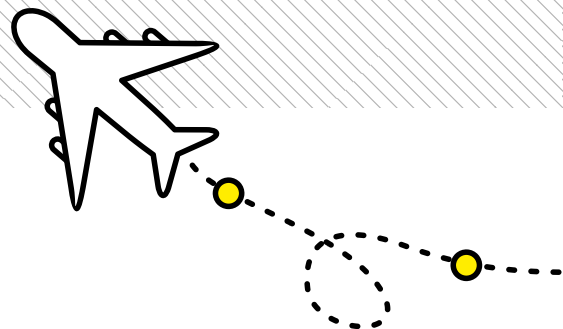
21 en 22 maart 2018

Deze professionele bierdegustatie in een uniek en prestigieus kader is de uitgelezen kans om uw brouwerij en bieren voor te stellen aan inkopers en beslissingsnemers uit Noorwegen en Denemarken.

INSCHRIJVEN? Tot en met 9 februari 2018 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Anke Vanderstappen op 02 504 88 24 of
anke.vanderstappen@fitagency.be



Argentinië en Uruguay Buenos Aires en Montevideo

23 juni tot en met 1 juli 2018

Ontdek uw businesskansen in Argentinië en Uruguay tijdens de prinselijke missie onder leiding van prinses Astrid. Spreek af met nieuwe en bestaande zakenrelaties en neem deel aan officiële events, met de ondersteuning van FIT. De Vlaamse delegatie wordt geleid door Philippe Muyters, Vlaams minister van Werk, Economie, Innovatie en Sport.

Waarom Argentinië?

De zomer van 2017 luidde een positieve kentering in: Argentinië trad officieel uit zijn recessie, wat zich vertaalt in een dalende inflatie en dalende werkloosheidscijfers. Voor 2018 wordt zelfs een groei van 3,5% voorspeld. Het land zet zwaar in op de internationalisering van zijn bedrijven. Daarvoor is een volledige modernisering van de infrastructuur nodig. Ambitieuze programma's voor openbare werken aan onder meer wegen, spoorwegen, luchthavens en havens worden opgezet. Daardoor piekt de vraag naar uitrustingsgoederen, machines, materialen, grondstoffen, diensten en consultancy. Dat hier uitstekende exportkansen voor Vlaamse bedrijven liggen, hoeft geen betoog.

Daarom Uruguay!

Uruguay is een van de economisch aantrekkelijkste regio's ter wereld. Het gunstige businessklimaat met sociale en politieke stabiliteit maakt het tot een erg betrouwbare markt om zaken te doen. Ook zijn locatie is een enorme troef. Zo biedt Uruguay makkelijke toegang tot de belangrijkste zakelijke en industriële centra in de

regio – 70% van het bbp van Brazilië, 60% van dat van Argentinië en 56% van dat van Chili wordt gegenereerd rond het Uruguayaanse grondgebied. Tot slot is het strategisch gelegen aan de waterweg Paraguay-Parana, met havenfaciliteiten langs de Atlantische Oceaan.

De Uruguayaanse economie is klein en open. Naast zijn traditioneel sterke productie van grondstoffen (vlees, granen, wol, hout, cellulosepulp), zijn ook andere sectoren zoals toerisme, ICT, financiën, logistiek & transport, bouw, audiovisuele diensten, callcenters en shared service centers in volle ontwikkeling. Het land investeerde fel in wind-, zonne- en biomassa-kracht. Zo groeide het uit tot wereldleider op het vlak van elektriciteitsproductie uit hernieuwbare bronnen – 92% van de elektriciteit komt uit hernieuwbare bronnen.

Ook Uruguay staat voor nieuwe infrastructuuruitdagingen. President Vázquez kondigde een infrastructuurinvesteringsplan aan, voor een bedrag van 12 miljard dollar, met de nadruk op energie, wegeninfrastructuur, (sociale) woningen, communicatie en water. In de volgende Wereldwijs leest u nog meer over de opportuniteiten die Uruguay biedt.

INSCHRIJVEN? Tot en met 1 maart 2018 op

www.flanderstrade.be

CONTACT? Ewa Bulthez op 02 504 87 70 of

ewa.bulthez@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 10 – westvlaanderen@fitagency.be



Vlaanderen
is Internationaal Ondernemen



Een goede start buiten onze landsgrenzen begint met een grondige voorbereiding. **Flanders** Investment & Trade biedt u informatie, begeleiding en steun bij uw expansieplannen in het buitenland.

Onze recentste publicatie 'Het Exportplan - Leidraad voor Internationaal Ondernemen' toont in zeven stappen hoe u een doordacht exportplan gestalte geeft. Ontdek deze publicatie en onze brede waaier aan informatie en steunmaatregelen op

WWW.FLANDERSTRADE.BE