

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

wereld WIJS

97
5\2017

Vulkoprin op rolletjes naar de wereldtop

Peru in perspectief



04

In gesprek met **Vulkoprin**

Zakendoen in Peru



09

en verder ...

3 Edito \ **8** Intussen... \ **10** Marktinformatie \
15 Vlaamse exportcijfers 2016 \ **16** Het wereldwijde netwerk van Flanders Investment & Trade \
18 Tips om de Leeuw van de Export te winnen \ **20** Los een handelsconflict sneller en goedkoper op, via bemiddeling \ **22** Kalender

“Op onze lauweren rusten is uit den boze”

Beste lezer,

Misschien pikte u het nieuws enkele weken geleden op. In 2016 exporteerden alle Vlaamse ondernemingen voor maar liefst 302,4 miljard euro. Daarmee behalen we niet alleen het hoogste bedrag ooit, Vlaanderen laat ook een substantieel hoger groeicijfer optekenen dan onze buurlanden.

Maar dat we na dit nieuwe recordjaar niet op onze lauweren mogen rusten, is duidelijk. De brexit – het VK is en blijft een cruciale handelspartner – zou op termijn roet in het eten kunnen gooien. Daarnaast lichtten de Vlaamse uitvoertabellen naar Noord-, Centraal- en Zuid-Amerika vorig jaar voor het eerst sinds lang rood op. Die daling toont aan hoe essentieel het is om een vinger aan de pols te houden van lokale politieke en economische ontwikkelingen. Het illustreert evenzeer het belang van kansrijke markten en niches nauwgezet in kaart te brengen. In deze editie van Wereldwijs leest u alvast hoe Vlaamse bedrijven hun slag kunnen thuishalen in Peru door de juiste klemtonen te leggen.

Ondernemingen die grondig hun huiswerk doen, zijn doorgaans ook de grootste kanshebbers van onze jaarlijkse exportaward, de Leeuw van de Export. Verderop leest u onder meer praktische tips waarmee u uw deelnamedossier tot in de puntjes voorbereidt. Maak er gebruik van, uw concurrent doet dat zeker ook.

Maar of u nu deelneemt aan onze exportcompetitie of niet, jullie zijn allemaal een beetje Leeuw. Hopelijk kunnen we in 2017 opnieuw records doen sneuvelen, we helpen u daarbij graag.

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, 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.





Vulkoprin:

West-Vlaamse wielen draaien mee aan de wereldtop

Vulkoprin uit Tielt produceert al ruim een halve eeuw zware lastwielen voor vorkheftrucks, logistieke systemen, machines en zelfs rollercoasters. Intussen werkte de West-Vlaamse producent zich op tot de wereldtop in zijn niche. Vandaag lonkt vooral de Aziatische markt. Salesmanager **Philippe Vindevogel**: “De allergrootste uitdaging? Onze technologische voorsprong behouden.”

Midden vorige eeuw begon kunstrubber opgang te maken in Europa. In de jaren 50 bracht het Duitse chemieconcern Bayer Vulkollan op de markt, een polyurethaansoort die het zeldzame en kostbare natuurlijke rubber als grondstof kon vervangen voor allerhande toepassingen. “Via ACEC, toenmalig fabrikant van transformatoren, kwam Vulkollan ons land binnen. Zij gebruikten het voor hun elastische koppelingen”, vertelt salesmanager Philippe Vindevogel aan Frederic Deprez, adviseur Internationaal Ondernemen van ons provinciaal kantoor West-Vlaanderen.

Pionieren in de garage

“Bij Romeca in Deinze, een leidende Europese producent van wielen met rubberbanden, was er in die periode een salesman die wel brood zag in Vulkollan. Hij verliet Romeca om in 1964 samen met een financier Vulkoprin – de samen-trekking van ‘Vulkollan pour l’industrie’ – op te richten.

Het eerste bedrijfspand van de zakenpartners was een garagebox in het centrum van Tielt. In de beginjaren moesten ze opboksen tegen het

gangbare natuurrubber. Maar ze geloofden rotsvast in hun nieuwe materiaal voor de productie van zware lastwielen, want ze zagen hoe het in thuismarkt Duitsland furore maakte.”

\\ Het rollercoastersegment is de Formule 1 van onze business \\

Boekhouder neemt over

Frederic Deprez: “Vulkoprin werd opgericht door twee zakenpartners, maar vandaag is het een familiale onderneming. Hoe is de familie Maes in het bedrijf gestapt?”

Philippe Vindevogel: “In de beginjaren was mijn schoonvader Roger Maes boekhouder bij Vulkoprin. Samen met drie vennoten deed hij later een managementbuy-out. Zijn medevennoten kocht hij in de daaropvolgende jaren uit. Zijn zonen Jan en Bert zijn de huidige eigenaars van Vulkoprin. De eerste is CEO de tweede productiedirecteur.”

Ook natuurrubber

Frederic Deprez: “Vulkoprin is ontstaan rond het gepatenteerde Vulkollan. Is dat vandaag nog altijd jullie enige grondstof voor de productie van lastwielen?”

Philippe Vindevogel: “Neen. Terwijl wij volop inzetten op lastwielen in Vulkollan – onder licentie van Bayer AG Leverkusen, vandaag Covestro – bleef onze sectorgenoot Romeca eerder trouw aan natuurrubber. Toen bleek dat Romeca geen opvolging had, namen we in 1994 het bedrijf over. Enkele jaren later verdween de bedrijfsnaam, maar als merk leeft Romeca verder in ons assortiment van rubberwielen. Ook de productie werd overgebracht van Deinze naar Tielt.

Trouwens, in de loop der jaren kreeg ook ons gamma aan polyurethanen uitbreiding in functie van specifieke toepassingen.”

Fijnmazig netwerk

Frederic Deprez: “Op een halve eeuw tijd ont-popte Vulkoprin zich tot een wereldspeler in zijn branche. Hoe is de internationalisering gestart?”

Philippe Vindevogel: "Ons land is veel te klein voor een nicheproduct als het onze, dus internationaliseren was al vroeg aan de orde. We startten in de buurlanden, waarna we onze actieradius stelselmatig vergrootten. Vandaag beschikken we over een fijnmazig Europees dealernetwerk, op enkele blinde vlekken in Oost-Europa na. Momenteel zijn we volop bezig met de versteviging van ons netwerk buiten Europa, want we willen onze klanten op de voet volgen."

Handvol kleppers

Frederic Deprez: "Waar vinden jullie lastwielen zoal hun afzet?"

Philippe Vindevogel: "De markt van logistieke toepassingen is zeer divers, maar de grootste volumes draaien we in material handling: vorkheftrucks en ander rollend materieel om goederen mee te verplaatsen in magazijnen. Binnen dat segment heeft in de voorbije decen-

nia een verregaande consolidatie plaatsgevonden, vandaag zijn er nog een handvol mondiale spelers. Die produceren de machines, maar hebben ook overal hun lokale divisies met reserveonderdelen.

Daarenboven treden ze steeds vaker op als integrator: ze nemen de volledige logistieke flow van een magazijn voor hun rekening. Nu de e-commercemagazijnen overal als paddenstoelen uit de grond schieten, is dat segment in volle expansie. Wij moeten dan ook zorgen dat we op de eerste rij staan met onze wieloplossingen."

Alles volautomatisch

Frederic Deprez: "Veel van die e-commercemagazijnen draaien volautomatisch. Is het binnenkort over en uit voor de klassieke toepassingen met lastwielen?"

Philippe Vindevogel: "Nee, die behouden hun plaats in de markt. Feit is wel dat in een volau-

tomatisch proces de performantie van elk individueel onderdeel nog crucialer wordt. Vergeet niet dat veel van die magazijnen de klok rond in de weer zijn, zonder dat er nog een mensenhands aan te pas komt. Dus gaat één wiel van zo'n automatische magazijnkraan of sorteerder plots stuk, dan stopt meteen de hele logistieke ketting. De kwaliteit van elk onderdeel moet dus top zijn."

Frederic Deprez: "Dus voor dit soort projecten zijn jullie het best betrokken vanaf de ontwerpfase?"

Philippe Vindevogel: "Absoluut. We hebben een uitgebreid catalogusaanbod, maar voor complexe opstellingen op maat werken we in co-engineering met de klant. Ons ingenieursteam vertaalt de noden naar de mogelijkheden van ons materiaal Vulkollan, maar meestal stopt het daar niet bij. Vaak ontwikkelen en bouwen we ook de behuizing – of een onderdeel ervan – waar het wiel in gemonteerd wordt."



Daar schuilt de uitdaging om alles zo compact mogelijk te ontwerpen, want plaats is geld in een productieomgeving. Onze grote troef is dat we alle nodige infrastructuur en knowhow onder één dak hebben om het geheel in eigen beheer te produceren. We hoeven hiervoor geen externe leveranciers in de arm te nemen.

Om de performantie van het wiel te testen, investeerden we recent in een geavanceerde testbank. Op basis van de bewegingen of het parcours dat een toestel aflegt kunnen wij de specifieke gedragingen van het wiel perfect simuleren: belasting, slijtage, temperatuurhouding enzovoort. Hiermee kunnen we vervolgens de juiste dimensionering van het wiel bepalen. Machineproducenten zijn verplicht om hun nieuwe toestellen vooraf te testen, maar dat is een tijdsintensief en dus duur proces. Met onze geijkte testbank willen wij hen dat werk uit handen nemen."



—ID—

Bedrijf: Vulkoprin

Sector: technologie

Opricht in: 1964

% van omzet 2016 gerealiseerd in het buitenland: 65%

Aantal medewerkers wereldwijd: 82

Hoofdkwartier: Tielt

Aanwezig in: 80 landen

Om de performantie van het wiel te testen, investeerden we in een geavanceerde testbank

Pretparken boomen

Frederic Deprez: "We worden overspoeld door goedkope machineonderdelen uit het Verre Oosten. Voelen jullie dit aan als een bedreiging voor jullie business?"

Philippe Vindevogel: "Voor ons standaardassortiment is die concurrentie er zeker, al maken we het verschil met de superieure kwaliteit van onze gepatenteerde grondstof. De meeste andere polyurethaansoorten zijn minder goed bestand tegen grote temperatuurschommelingen. Met het risico dat het lastwiel op termijn permanent vervormt door de opwarming tijdens het gebruik.

Met ons maatwerk trekken we zelf naar het Verre Oosten. Voor ons rollercoastersegment bijvoorbeeld, de Formule 1 van onze business. In Europa wordt er tegenwoordig nog weinig geïnvesteerd in pretparken. Maar in Azië in het algemeen en China in het bijzonder is de sector ongelooflijk aan het boomen. Dus trekken de Europese constructeurs – die kan je op een hand tellen – naar daar. Onze ingenieurs zitten vanaf de ontwerpfase mee aan tafel met klant en fabrikant om deze hoogtechnologische wieloplossingen mee te helpen ontwikkelen."

Ronkende referenties

Frederic Deprez: "Hoe gaan jullie te werk om nieuwe exportmarkten aan te boren?"

Philippe Vindevogel: "We bezoeken beurzen ter plaatse en nemen contact op met de economische vertegenwoordigers van FIT. Zij hebben ons al vaak op weg gezet met interessante contacten. Maar we leggen ons oor ook te luisteren bij onze verdelers, want velen hebben goede contacten in verre markten, vooral in Azië. Zo hoeven we niet vanaf nul te starten.

In de projectmarkt zijn vooral sterke referenties van tel. Onlangs ontwikkelden we in opdracht van een tunnelbouwer een onderstel voor het mobiele werkplatform dat de tunnel ingaat. De wielen mochten niet falen, want eens de tunnel ingerold kunnen ze niet worden vervangen. Dankzij dit succesvolle project maken we naam binnen die specifieke niche. Zelfs in China onderhandelen we momenteel een tunnelproject."

Leergeld in de VS

Frederic Deprez: "In Europa heeft Vulkoprin een stevige voetafdruk en in Azië komt de business aardig op gang. Zijn er ook markten die ontoegankelijker blijken dan verwacht?"

Philippe Vindevogel: "In Noord-Amerika hebben we wel wat leergeld betaald. We geloofden in die markt omdat ze zo groot is, maar ons aanbod sloeg er niet aan. Niet alleen werken ze er met polyurethaansoorten van eigen bodem, maatwerk en compact engineering zijn ook minder aan de orde omdat de productiefabrieken veel groter zijn. Hadden we toen grondiger ons huiswerk gemaakt, dan hadden we het beperkte potentieel beter ingeschat. Verder heeft ook Latijns-Amerika de verwachtingen niet helemaal ingelost. Daar spelen vooral de hoge importtarieven ons parten."

In Noord-Amerika hebben we wel wat leergeld betaald

Technologisch top

Frederic Deprez: "Wat zijn voor Vulkoprin momenteel de grootste uitdagingen op internationaliseringsvlak?"

Philippe Vindevogel: "Op technisch en technologisch vlak onze voorsprong behouden is ongetwijfeld de allergrootste uitdaging. Vandaag scoren we met onze unieke expertise, dat moeten we blijven waarmaken. Daarvoor is verjonging van onze organisatie het sleutelwoord. Enerzijds om de aanwezige knowhow te laten doorstromen naar de volgende generatie, anderzijds om onze innovatiekracht te behouden. Daarnaast komt ook capaciteitsuitbreiding hoog op onze agenda. Want verkopen is één ding, onze ontwikkeling en productie moeten kunnen bijbenen."

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 ...

Het Kortrijkse filiaal van **Esterline** zal geavanceerde luchtvaarttechnologie aanleveren aan het opleidingscentrum van de Britse Royal Air Force, de luchtmacht van het VK. Concreet gaat het om twee moderne displays voor de vliegsimulator van de Eurofighter Typhoon, een van de mogelijke opvolgers van onze F-16's. Het contract heeft een waarde van 1 miljoen euro en wordt toegekend door het Britse BAE Systems.

Het contract van 3 miljoen euro voor de bouw van de Belgische ambassade in Rabat is binnengehaald door **Cosimco** uit Kontich, een bouwexpert en al twaalf jaar in handen van **Willemen**, een van de grootste familiale bouwgroepen van het land. Eerder al mocht Willemen de Belgische ambassade in Kinshasa optrekken. Voor Cosimco zijn het zijn eerste echte exportstappen. Marokko kwam vier jaar geleden na een geslaagde handelsmissie van FIT op de radar van Cosimco. Vandaag heeft de kmo een eigen filiaal in Casablanca.

In november 2017 sturen wetenschappers voor het eerst spiruline naar ruimtestation ISS. Deze superbacterie, die voeding en zuurstof produceert, recycleert het afval van astronauten tot een lekker hapje. Het groene goedje bevat meer dan 60% proteïnen, veel vitamines en gezonde vetzuren. Bovendien kan het eenvoudig worden gekweekt in een ruimteschip. Het experiment komt van het **Belgische Studiecentrum voor Kernenergie** in Mol.

Spelproducent Hasbro verhuist zijn plasticineproductie van China naar de VS. **Cartamundi**, de Turnhoutse spelkaartenfabrikant en wereldleider in zijn branche, zal die 'kinderklei' maken. Door die beslissing worden 20 nieuwe jobs gecreëerd in de fabriek van East Longmeadow in Massachusetts. In de tweede helft van 2018 moet de productie in de VS starten. Cartamundi nam in 2015 de laatste Amerikaanse Hasbro-fabriek over en produceert het speelgoed van Hasbro.



De Nederlandse Spoorwegen krijgt dit jaar nieuwe kassasoftware: AXI RS van softwarespecialist **AXI**, dat zijn hoofdkantoor in Willebroek heeft. Die cloudsoftware zal draaien op 550 kassa's, waarvan er 100 mobiel zijn, verspreid over alle stationswinkels en treinen. AXI biedt een aangepaste kassavariant voor de verschillende winkelformules van de Nederlandse Spoorwegen.

De toeleverancier van onderdelen aan de lucht- en ruimtevaart **Asco Industries** heeft recent een langetermijncontract afgesloten met de Amerikaanse vliegtuigbouwer Boeing voor de fabricage van structurele onderdelen. Een deel van de productie zal in Zaventem plaatsvinden. Het nieuwe contract loopt tot 2024 en omvat zowel de voortzetting van bestaand werk als nieuwe opdrachten. Asco werkt al meer dan 20 jaar voor Boeing.

ORBIT, specialist in architecturale verlichting uit Puurs, heeft een iF design award 2017 binnengehaald voor zijn BOGD-familie. Dat is een serie compacte led-armaturen met een revolutionair excentrisch rotatiesysteem.

FIT IS ROOKIE OF THE YEAR

Op donderdag 20 april werden in Gent de **19^e Benelux Event Awards (BEA's)** uitgereikt. Dat zijn de Oscars van de evenementensector. Jaarlijks bekronen ze events die uitblinken in innovatie en originaliteit. **FIT** heeft daar, samen met evenementenbureau **The Media House (TMH)**, de **'Rookie of the Year'** gewonnen voor zijn 1^e editie van de Exportbeurs in 2016. Voor de neus van 7 runners-up, geselecteerd uit 10-tallen dossiers, wisten FIT en TMH deze unieke trofee weg te kapen.

De kritische vakjury was onder de indruk van de professionele aanpak en doelgerichte communicatie van FIT en TMH naar de 3 voornaamste doelgroepen: Vlaamse bedrijven met internationale projecten en ambities, standhouders en buitenlandse medewerkers van FIT. De cijfers van de 1^e Exportbeurs waren volgens de jury ronduit indrukwekkend voor een b2b-evenement: 1.200 bezoekers, 3.000 b2b-gesprekken, 50 standhouders, 40 seminars en workshops. Maar de jury was evengoed gecharmeerd door de frisse invulling van de evenementenhal en het meubilair in honingraatkarton, de excellente catering, de vlotte netwerking enzovoort. Dat we dit bovendien realiseerden tegen een democratische entreprijs en met een zeer bescheiden totaalbudget, gaf de finale doorslag om FIT & TMH de hoogste podiumplaats toe te kennen.

We kijken nu al reikhalzend uitkijken naar de volgende Exportbeurs in 2018!

2

Slechts 2 soorten bier zullen vloeien in de Russische voetbalstadions tijdens het WK Voetbal 2018: het Amerikaanse Budweiser en het Russische Klinskoye. Beide bieren worden gebrouwen door de Belgisch-Braziliaanse brouwersgroep **AB InBev**, dat de exclusieve rechten verwierf.

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'.



Evolutie van de biermarkt in Italië

Zowel de consumptie van bier, het aankoopgedrag van de Italiaanse consument als de marktsegmentatie worden onder de loep genomen. Samen met de bijgevoegde statistieken geven ze u een goed totaalbeeld van de Italiaanse biermarkt.

Download alle marktstudies op **www.flanderstrade.be**

Peru

Stabiele groeimarkt klaar voor de sprint

Nu verschillende wereldleiders van 'economisch protectionisme' hun slagzin hebben gemaakt, zouden we het haast vergeten: er zijn nog landen waar zowel regering als oppositie zich unaniem achter méér open handel scharen. "Peru is daar een schoolvoorbeeld van", aldus Pieter Embo, posthoofd van ons kersverse kantoor in de Peruviaanse hoofdstad Lima. "Dankzij de groeiende middenklasse en het sterke macro-economische beleid van de regering verzilverde het land, volgens verzekeringsmaatschappij Atradius, vorig jaar zelfs de zevende plek op de lijst van meest beloftevolle markten wereldwijd."



Het hoeft dan ook niet te verbazen dat Peru eerder dit jaar onze nieuwste uitvalbasis in Latijns-Amerika is geworden. Begin april huldigde Vlaams minister-president Geert Bourgeois ons nagelnieuwe kantoor in Lima officieel in tijdens een economische missie. Pieter Embo is er het aanspreekpunt voor Vlaamse bedrijven met internationale ambities in zowel Peru als Ecuador. Hij ziet Peru als een stabiele groeiemarkt met een stijgende welvaart, die ondernemerschap en vrije handel hoog in het vaandel draagt.

Peru heeft sinds juni 2016 een nieuwe, technologische regering. Welke economische koers vaart die?

Pieter Embo: "Peru is een van de sterkste groeiers in Latijns-Amerika. Tussen 2003 en 2013 nam het bbp jaarlijks gemiddeld met ruim 6% toe. En de voorbije jaren dikte de economie telkens met zo'n 4% aan. Maar de uitdaging waarvoor het land momenteel staat, zijn de dalende grondstofprijzen in afzetmarkten zoals China. Die hebben een afstompend effect op de Peruviaanse mijnbouw, de grootste exportsector van het land. En dat vertraagt dan weer de groei. Daarom mikt Peru momenteel op een ommezwaai: van de export van onbewerkte basisproducten naar bewerkte materialen met een hogere toegevoegde waarde."

Industrieel weefsel op de groei

Creëert die omschakeling ook kansen voor Vlaamse ondernemingen?

Pieter Embo: "Absoluut. De verwerkende industrie in Peru is nagenoeg onbestaande. Het land beschikt wel over het kapitaal om die uit te bouwen, maar heeft behoefte aan knowhow en technologie uit het buitenland om die ambitie waar te maken. Dat verklaart bovendien waarom de huidige regering een aantal hindernissen voor internationale handel verder wegwerkt, door bijvoorbeeld bureaucratische en administratieve aspecten af te slanken en te vereenvoudigen. Daarnaast versnelt ze ook de aanbestedingsprocessen om zo méér grote infrastructuurwerken op gang te trekken.

Dat is nodig, want om de groeiende export van landbouwproducten te blijven ondersteunen, moet Peru – naast de haven van Lima – ook zijn regionale havens en wegennet versterken. Om bijvoorbeeld de agro-industrie volop te laten floreren, heeft het land ook structurele behoeftes waarvoor Vlaamse bedrijven overtuigende troeven kunnen uitspelen. Denk aan een optimale toeleveringsketen, een gestroomlijnd logistiek netwerk, kennis van intensieve landbouw en waterzuivering, en technologieën voor verwerking, verpakking, conditionering enzovoort. Waterzuivering is door de groeiende industrie trouwens een belangrijk thema van de Peruviaanse overheid geworden, vooral sinds de toenemende vervuiling van het Titicacameer. Hetzelfde geldt voor afvalverwerking en recycling. Tegen 2021 wil de regering recycleren verplichten. Ook dat biedt mogelijkheden voor Vlaamse spelers in de milieusector. De belangstelling voor milieu en hernieuwbare energie is trouwens sterk toegenomen de jongste jaren, zeker nu Peru met de gevolgen van de globale klimaatverandering wordt geconfronteerd."

**\\ Peru blijft een van de sterkste groeiers van Latijns-Amerika **

Creatief met verschillen in koopkracht

Peru wordt welvarender. Wat betekent dat voor de Vlaamse export?

Pieter Embo: "Gemiddeld stijgt de Peruviaanse koopkracht niet alleen, ze ligt ook relatief hoog voor Latijns-Amerika. Belangrijke kanttekening: de sociale ongelijkheid is groot. Zo heeft meer dan de helft van de bevolking een koopkracht van minder dan 10 Amerikaanse dollar per dag. Maar het klopt dat de middenklasse gestaag groter wordt. Zowel de vraag naar producten van hogere kwaliteit als het aantal winkelcentra buiten de grote steden groeien mee. Al zijn de bodega's – de traditionele kleinere retailers – nog lang niet uit het straatbeeld weg te denken. Vooral in de voedingsindustrie zitten een aantal buitenlandse producten in de lift die vroeger meer als luxeartikelen werden gepositioneerd: van bieren en chocolade tot biologische producten. Ook zuivel- en gourmetproducten doen het steeds beter. Daarbij hechten de Peruvianen heel veel waarde aan ronkende merknamen. Die stralen vertrouwen uit. Witte producten zijn er veel minder ingeburgerd dan in Europa.

Tegelijk is de Peruviaanse consument erg prijsbewust, zowel in de minder als de meer koopkrachtige segmenten. Door goed je segment te definiëren en te bepalen, kan je als exporteur creatief omgaan met de balans tussen prijsgevoeligheid en de vraag naar hogere kwaliteit. Een voorbeeld: in Peru kan je overal shampoo in kleine zakjes kopen. Daar betaal je dan slechts 1 sol voor. Maar ook telecombedrijven gaan voor originele 'formaten'. Zo zijn er spotgoedkope prepaid-pakketten beschikbaar waarmee je pakweg alleen WhatsApp kan gebruiken, maar dan wel onbeperkt."

Open en liberaal

Zijn er obstakels voor Vlaamse bedrijven?

Pieter Embo: "Peruvianen kunnen ietwat wantrouwig zijn. Het land werd in het verleden immers getekend door een hoge criminaliteit. Om toch het vertrouwen te winnen, spelen zakelijke referenties een belangrijke rol. Omgekeerd doe je er ook goed aan om de betrouwbaarheid en solvabiliteit van partners in te schatten door de juiste vragen te stellen: 'Hoe lang is je bedrijf al actief? Voor welke klanten? Welke projecten heb je al op je palmares?' Frauduleuze spelers vallen zo snel door de mand. Eigenlijk vormt perceptie de grootste belemmering voor internationaal succes in Peru. Een mogelijke valkuil is om Peru puur als een ontwikkelingsland te bestempelen. Dat klopt niet 100%. Het is een stabiele groeiemarkt waar ook westerse producten en oplossingen goed boeren. Nieuwe apps – denk aan Uber en aanverwanten – worden er in een mum van tijd opgepikt door de bevolking. Bovendien gelden er weinig tot geen belemmeringen voor ontwikkelaars.

**\\ Samen met de groeiende middenklasse neemt ook de vraag naar producten van hogere kwaliteit toe **

Daarbij komt dat Peru al meer dan 25 jaar het neoliberale pad bewandelt. Zo heeft het land vrijhandelsovereenkomsten gesloten met markten over de hele wereld, waaronder de EU. Door dergelijke akkoorden ligt het gemiddelde importtarief in Peru maar rond de 1%. Ook de oprichting van de Alianza del Pacífico – samen met Chili, Colombia en Mexico – als opstap naar een economische unie binnen Latijns-Amerika, illustreert hoe Peru continu werk maakt van een open handelsbeleid."

Zakendoen in Peru: vier tips

Dat Peru een liberaal handelsbeleid voert, neemt niet weg dat er culturele verschillen zijn waar u als ondernemer beter rekening mee houdt. Posthoofd Pieter Embo, die al jaren in Peru woont en werkt, bespreekt er vier.

1

Bevestig en herbevestig

"Peruvianen zijn zelden direct. Wees dus heel voorzichtig bij het geven van negatieve feedback en besef dat 'ja' niet altijd 'ja' betekent. Een positieve reactie is immers vaak een vorm van beleefdheid. Om de nuances te spotten, vraag je er telkens in andere bewoordingen een paar keer opnieuw naar in hetzelfde gesprek. Leg je een meeting vast of beklink je een deal, stuur achteraf dan zeker een mail ter bevestiging. Wanneer de afspraak nadert, mail nogmaals om naar bevestiging te polsen."

2

Calculeer een korting in

"Peru heeft een onderhandelingscultuur. Afdingen is er de normaalste zaak van de wereld en Peruviaanse inkopers halen graag een korting binnen. Je doet er goed aan een marge in je prijzen in te bouwen om die felbegeerde reductie te kunnen geven."

3

Snij de juiste onderwerpen aan

"Over bepaalde ethische thema's – holebirechten, abortus, euthanasie – heerst in Peru geen maatschappelijke consensus zoals in West-Europa. Die onderwerpen vermijd je beter. Waar je altijd mee scoort is de vraag 'Welk gerecht is typisch voor deze stad of streek?'. Lima is de culinaire hoofdstad van Latijns-Amerika en Peruvianen zijn apetrots op hun streekgerechten. Kortom, gesprekken over eten worden helemaal niet als triviaal beschouwd."

4

Ga regelmatig ter plaatse

"Het vertrouwen van een Peruviaan winnen, daarbij ga je niet over een nacht ijs. Belangrijk is om veelvuldig persoonlijk contact aan te gaan en geregeld naar Peru af te reizen. Face-to-facereferenties delen en 'namedropping', daar komt het op aan in de Peruviaanse zakenwereld."

"Het toenemende toerisme in Peru is een gouden kans"

Vanuit Roeselare ontwerpt en commercialiseert Umbrosa een stijlvol assortiment aan schaduwmakers. Van design- en muurparasols tot schaduwdoeken, buitenkamers en luxestrandhuisjes: de unieke ontwerpen van de West-Vlaamse kmo slaan aan op elk continent en zijn verkrijgbaar in maar liefst 90 landen. "Sinds een aantal jaren zijn we ook in Latijns-Amerika actief", vertelt Khadidja Thys, Sales Director bij Umbrosa. "Ook daar blijven we nieuwe markten aanboren, met Peru als nieuwste aanwinst."

"In 2010 opende onze eerste Latijns-Amerikaanse productiesite de deuren in Curitiba, in het zuidoosten van Brazilië. Vandaar verdelen we onze producten op de Braziliaanse markt en exporteren we naar naburige lidstaten van de douane-unie Mercosur. Enkele jaren later was de tijd rijp om andere Zuid-Amerikaanse markten te veroveren. Vooral Peru en Colombia leken ons interessant."

Anticiperen op groei

We besloten de markt te verkennen tijdens een groepszakenreis. In het gezelschap van Vlaamse ondernemers uit verschillende sectoren ontdekten we hoe snel het toerisme in beide groeielanden toenam. Het gevolg laat zich raden: de hotelsector ontwikkelt zich in ijltempo, lokale hotels breiden hun capaciteit uit en de grote ketens plannen veel nieuwe vestigingen om te anticiperen op de stijgende vraag. Dat alles is een gouden kans voor Umbrosa. Je vindt onze producten immers vooral op de terrassen van hotels en restaurants, zwembaden, beachclubs enzovoort.

Stap voor stap

Onze eerste stappen op die markt zetten we al meteen tijdens de groepszakenreis. Zo legden we niet alleen meetings vast met Peruviaanse interieur-, design-, en landschapsarchitecten, maar ook met lokale inkoopbedrijven, hotelgroepen en -eigenaars. Dat persoonlijke contact boezemt vertrouwen in aan beide kanten van de onderhandelingstafel.

Nieuwe kansen spotten

Naast de commerciële wordt ook de residentiële markt koopkrachtiger in Peru. Daarom stelden we ons merk persoonlijk voor bij verschillende winkels en importeurs van Europese binnen- en buitenmeubelen: stuk voor stuk spelers in het high-endmarktsegment waarmee we kunnen samenwerken. Hun interesse in Umbrosa is alvast groot sinds ons bezoek enkele maanden geleden en we zijn ervan overtuigd dat hier snel exportkansen uit voort zullen vloeien."

FACTSHEET PERU

OP DE AGENDA

/ Groepszakenreis naar Colombia en Peru

Van 26 november tot 1 december 2017 organiseert FIT een groepszakenreis naar Bogota (Colombia) en Lima (Peru). Wat u mag verwachten? Een afsprakenprogramma op maat van uw bedrijf en sector.

/ Contactdagen 'Ontmoet onze expert uit Peru'

Uw exportplannen naar Peru gratis bespreken met onze economische vertegenwoordiger uit Lima? Dat kan:

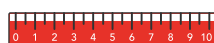
- in Vilvoorde op 26 september;
- in Gent op 27 september;
- in Brugge op 28 september;
- in Antwerpen op 2 oktober;
- in Hasselt op 3 oktober 2017.

FIT organiseert dit initiatief samen met Voka en UNIZO Internationaal.

Meer info op www.flanderstrade.be.

MEER WETEN OVER ZAKENDOEN IN PERU?

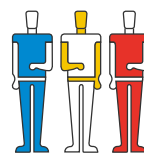
Raadpleeg ons landendossier op www.flanderstrade.be of neem contact op met het provinciaal kantoor in uw buurt. Alle contactinfo vindt u op onze website.



OPPERVLAKTE
1.285.216 KM²



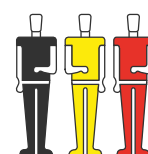
OFFICIËLE TALEN
SPAANS, QUECHUA EN AYMARA



AANTAL INWONERS
31 MILJOEN (2016)



MUNTEENHEID
NUEVO SOL
1 EUR = 3,43 SOL
(04/04/2017)



AANTAL BELGEN
ingeschreven in
Lima: 2.039 (maart 2017)



Peru is de op een na grootste exporteur van kopererts ter wereld en behoort tot de topproducenten van zilver en koper.

Ease of doing business index



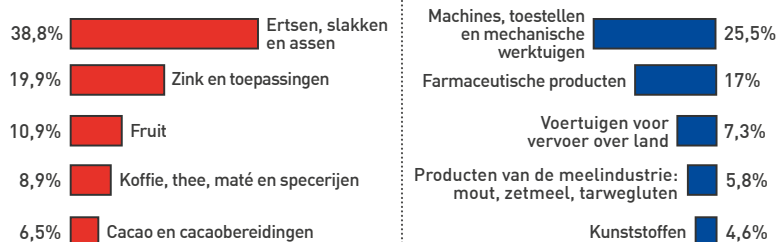
Politiek risico



Commercieel risico (van A tot C)



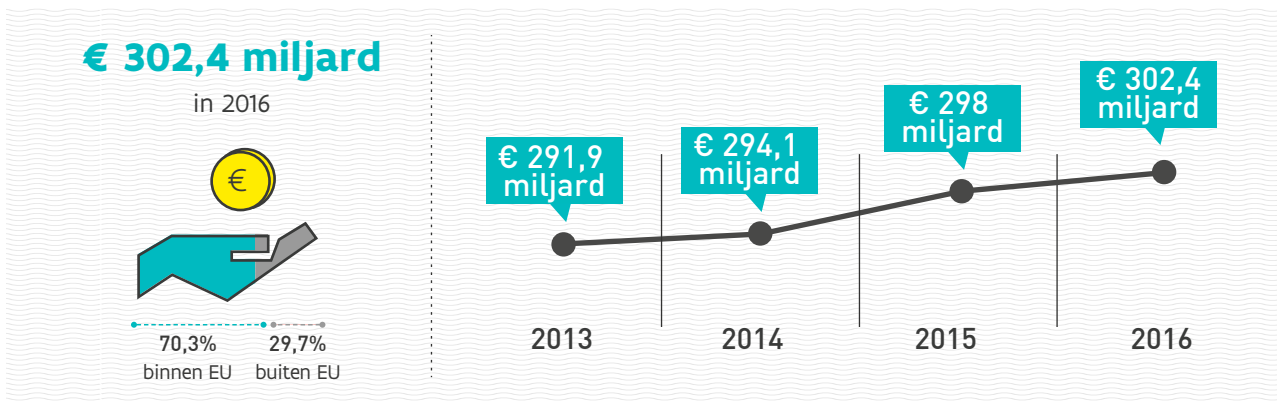
Vlaamse export naar Peru: € 168 miljoen (2016)



Vlaamse import uit Peru: € 544 miljoen (2016)

Vlaamse exportcijfers 2016

Elk jaar rapporteert FIT over de handelsactiviteiten van Vlaanderen. Ontdek in een oogopslag de exportresultaten voor 2016, een absoluut recordjaar!



TOP 10 EXPORTBESTEMMINGEN

IN MILJARD EUR

1		DUITSLAND	51,2
2		FRANKRIJK	39,2
3		NEDERLAND* ↓	35,1
4		VK	27,7
5		VS* ↓	17,7
6		ITALIË	15,8
7		INDIA	7,9
8		SPANJE	7,6
9		CHINA	6,4
10		POLEN	6,0

↓ * Dalers in vergelijking met 2015

TOP 10 EXPORTSECTOREN

IN MILJARD EUR

Chemie & farma		71,4
Vervoermaterieel		38,3
Machines, toestellen en elektrisch materieel		32,5
Kunststof & toepassingen		24,2
Minerale producten		22,6
Onedele metalen		18,9
Voeding & dranken		17,5
Parels, edelstenen, edele metalen, diamant		16,8
Textielstoffen & textielwaren		11,3
Optica en precisieapparatuur		9,7

Wil u meer of gedetailleerdere info?

Neem contact op met de dienst statistiek via christophe.verhaeghe@fitagency.be. Hij helpt u graag verder.

HET WERELDWIJDE NETWERK VAN

Zo zetten we Vlaamse ambities op de wereldkaart

Met de opening van twee kantoren breidt ons internationale netwerk zich dit jaar opnieuw verder uit. Begin vorige maand opende ons nagelnieuwe kantoor in de Peruviaanse hoofdstad Lima. Begin 2017 zwaaide onze eerste thuisbasis in Yangon, de hoofdstad van Myanmar, de deuren open. Daarnaast verhuisden we in Australië. U vindt ons niet langer in Canberra maar bent van harte welkom in Melbourne.



Lima

lima@fitagency.com

+51 1 241 75 66

Yangon

yangon@fitagency.com

+95 9 450 58 23 35

Melbourne

melbourne@fitagency.com

+61 3 96 14 09 80

ONTDEK IN WELKE
KANSRIJKE MARKTEN
ONZE EXPERTS
KLAAR STAAN OM UW
BUSINESS TER PLAATSE
TE ONDERSTEUNEN.



Vlaanderen

is internationaal
ondernemen

● FLANDERS INVESTMENT & TRADE

● AWEX

● BRUSSELS INVEST & EXPORT

FLANDERS INVESTMENT & TRADE





De Leeuwen geven hun geheimen prijs

Tips om de Leeuw van de Export te winnen

Nog tot en met 2 juni heeft u om uw dossier voor de Leeuw van de Export in te dienen. De concurrentie is pittig, de lat ligt hoog. Maar u staat er niet alleen voor. Om u op weg te helpen, delen we deze wereldwijze tips van de jury en voormalige Leeuwen waarmee u uw kansen aanzienlijk verhoogt.

Acht tips die vorige deelnemers aan de overwinning hielpen

1

Wees gemotiveerd

Stan Pattyn van Pattyn Packing Lines had een persoonlijke motivatie om zijn dossier tot in de puntjes uit te werken: "Ik keek op naar de gewezen Leeuwenbedrijven en wou koste wat kost in het lijstje aansluiten." In 2013 greep Pattyn Packing Lines naast de trofee, maar in 2015 mocht het de Leeuw van de Export voor bedrijven met 50 of meer medewerkers mee naar huis nemen. Bij hun eerste deelname lag de algemene motivatie vooral intern: een grondige analyse van hun exportbeleid. De tweede deelname was gericht op meer naamsbekendheid en het aantrekken van nieuwe medewerkers.

2

Ga grondig te werk

Zodra u bent ingeschreven via www.leeuwan-deexport.be kan u aan de slag. Op zich bestaat het wedstrijdossier, dat u via www.leeuwan-deexport.be/wedstrijdverloop kan downloaden, slechts uit twee tabellen en enkele vragen. Maar deze vragenlijst biedt u de kans om uw exportbeleid eens onder de loep te nemen. Het is geen overbodige luxe om meerdere mensen op dit project te laten werken om alle kanten van uw exportstrategie voldoende te belichten.

3

Investeer tijd

"Steek er voldoende tijd in", is de belangrijkste tip van Frederik Vandenberghe, een van de drie broers die Skyline Communications besturen. "We hadden veel tijd in onze dossiers gestoken en die inzet werd beloond in 2012. De titel maakte de zoektocht naar geschikte krachten makkelijker en ook klanten horen graag dat we een keurmerk van de overheid ontvingen."

4

Ken de criteria

Er zijn twee rondes waarin u een ervaren, diverse jury moet overhalen. Die heeft een resem aandachtspunten die uw dossier maken of kraken. Zo is maatschappelijk verantwoord ondernemen een belangrijk criterium, plaats dus uw duurzame initiatieven in de kijker. Ook de gedrevenheid van uw team mag uit het dossier blijken. Daarnaast leest de jury het graag als u erin slaagde uw ambities waar te maken.

5

Heb oog voor de lay-out

Grafieken en afbeeldingen maken het dossier makkelijker te verteren. Een bladspiegel met scanbare tussentitels en overzichtelijke paragrafen helpt de jury om tientallen bladzijden op korte tijd te verwerken. Het is een kunst om een kort en krachtig dossier in te dienen mét alle relevante informatie. Wees ook selectief met bijlagen: liever een samenvatting dan een jaarverslag.

6

Speel al uw troeven uit

Sommige sterktes van uw bedrijf zijn voor u zo evident geworden dat u ze haast zou vergeten. Dat de Leeuw van de Export een succesvolle exporteur bekroont, neemt niet weg dat er meer factoren meespelen. Aucxis won in 2016 de Leeuw van de Export met een aantrekkelijk en innovatief productgamma met focus op duurzaamheid. Orfit Industries overtuigde in 2011 de jury onder meer met zijn duidelijke exportkoers, gecombineerd met een sterke risicobeheersing en doorgedreven innovatiepolitiek. Overloop bij het proces dus alle facetten van uw bedrijf: van klantvriendelijkheid over interne communicatie tot financiële discipline en innovatie.

7

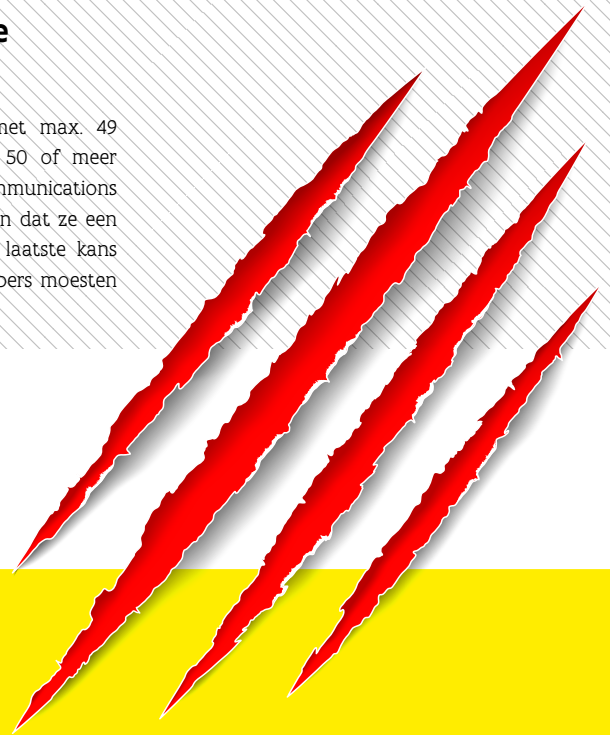
Wees concreet

Neem de jury bij de hand en leid hen door uw verhaal dat vertelt hoe uw bedrijf tot zijn schitterende exportresultaten komt. Schrijf een vlotte tekst met concrete voorbeelden. Beschrijf welke marketingtools u inzet om een geografisch divers publiek te bereiken. Pak uit met uw innovatieve aanpak om ethisch te ondernemen. Kortom, zorg dat de jury zich een realistisch beeld van uw onderneming voor ogen kan halen. En erg belangrijk: uw antwoord moet telkens de vraag beantwoorden en niet overal verspreid staan, laat de jury niet zoeken.

8

Neem deel in de juiste categorie

Er is een categorie 'Bedrijven met max. 49 medewerkers' en 'Bedrijven met 50 of meer medewerkers'. Zowel Skyline Communications als huidige Leeuw Aucxis verklaren dat ze een tandje bijstaken omdat het hun laatste kans was voor ze tussen de grote kleppers moesten optreden. Met succes.



HET VERDERE VERLOOP

- Nog niet ingeschreven? Rep u naar www.leeuwvandeexport.be.
- 2 juni is de deadline om uw dossier in te dienen volgens de regels van de kunst.
- Verneem op 26 juni of u bij de zes genomineerden bent.
- In juli komt FIT een bedrijfsvideo opnemen bij de kanshebbers.
- De genomineerden verdedigen op 8 september hun dossier voor de eindjury.
- Reserveer alvast 20 september in uw agenda voor de prijsuitreiking in Brugge, waar Vlaams minister-president Geert Bourgeois de Leeuwen van de Export 2017 aankondigt en huldigt.

Los een handelsconflict sneller en goedkoper op, via bemiddeling

Soms belanden kmo's in een schijnbaar onoplosbaar handelsconflict met een particulier of een andere onderneming. In principe kunnen ze dan naar de rechtbank stappen. Er bestaat echter een snellere en dus goedkopere oplossing: bemiddeling. Europa wil het gebruik daarvan ten volle promoten, in b2b én b2c, onder meer via de Alternative Dispute Resolution. We praten over de vele voordelen van alternatieve geschillenbeslechting en het Europese initiatief met Bart Volders, advocaat-vennoot van het gespecialiseerde advocatenkantoor Arcas Law.



win-win

Een gerechtelijke procedure voor de rechtbank van koophandel neemt makkelijk een jaar in beslag. Dat is een jaar aan gerechtelijke kosten, met op het einde een uitspraak die mogelijk niet iedereen tevredenstelt. Het gevolg is dat vele kmo's het sop de kool niet waard vinden, en bij een conflict geen gerechtelijke stappen zetten.

Almaar meer rechtbanken van koophandel stellen daarom een andere, nog te weinig gebruikte procedure voor: alternatieve geschillenbeslechting of bemiddeling. Tot groot genoegen van Europa, die de mogelijkheid ten volle

promoot. Zowel tussen bedrijven onderling, als tussen consumenten en handelaars.

Op zoek naar 'common ground'

"Bij alternatieve geschillenbeslechting proberen de partijen hun conflict eerst buiten de rechtbank om op te lossen, begeleid door een bemiddelaar", vertelt Bart Volders. "Best maakt die aan beiden eerst duidelijk wat de juridische uitspraak over het dispuut zou zijn. Daarna

brengt hij samen met hen de sterkere en zwakkere punten van hun positie in kaart. Zo komen de partijen dichter bij elkaar en formuleren ze – als alles goed zit – uiteindelijk samen een eigen oplossing."

\\ Bemiddeling levert mogelijk al binnen één tot twee maanden een oplossing op //



Vlotter, goedkoper en beter

"Alternatieve geschillenbeslechting levert zo mogelijk al binnen één tot twee maanden resultaat op. Veel sneller dus dan via de rechtbank", benadrukt Bart Volders. "De procedure is dan ook een pak goedkoper. Zeker in vergelijking met een gerechtelijke behandeling van een internationaal dispuut, die vaak bijzonder veel kost. En komt er toch niets uit de bus, dan blijft de rechtbank een optie."

Bovendien past de uitkomst van de bemiddeling beter bij de wensen van beide partijen. "De oplossing wordt hen immers niet opgelegd door de bemiddelende derde of door een rechter, maar is het resultaat van onderhandelingen waarbij elke partij wat water bij de wijn doet."

Geschillenbeslechting leidt ook minder vaak tot een definitieve breuk in de handelsrelatie. Al gewoon door het feit dat de procedure sneller is, waardoor de betrokkenen de zaak makkelijker vergeten. Maar ook omdat de partijen door de open bemiddelingsgesprekken vlotter inzien dat ze elk een aandeel in het conflict hebben.

**\\ De gerechtelijke weg blijft mogelijk. Maar waarom niet eerst de goedkopere, snellere optie proberen? **

Cruciale rol van vertrouwen

Om tot bemiddeling te komen, gelden wel enkele voorwaarden. "Zo moeten beide partijen bereid zijn om aan de procedure deel te nemen. Bovendien moet de bemiddelaar neutraal zijn. Hij mag geen banden hebben met een van de betrokken partijen." De bemiddelende partij is

ook best erkend. Zo valt de oplossing nadien toch af te dwingen, als een partij het akkoord alsnog negeert.

Alternatieve geschillenbeslechting verloopt altijd in een vertrouwelijke sfeer. Alle gedeelde informatie blijft binnenskamers, in tegenstelling tot bij een rechtszaak die deels publiek is. Niet dat de pers veel interesse heeft in dergelijke zaken, maar het vertrouwelijke karakter kan wel voordelig zijn bij disputen over creatieve rechten.

Ook tussen consumenten en bedrijven

Niet alleen bedrijven kiezen beter voor bemiddeling wegens de vele voordelen; hetzelfde geldt voor consumenten. Maar ook zij kennen de optie nog onvoldoende en hadden er tot voor kort moeilijk toegang toe.

"Om alternatieve geschillenbeslechting populairder te maken in de b2c-context, vaardigde de Europese Commissie de Alternative Dispute Resolution uit", vertelt Bart Volders. "Deze richtlijn voert in heel Europa en in bijna alle sectoren erkende bemiddelaars in. Daarmee valt nagenoeg elk handelsconflict tussen consumenten en bedrijven te bemiddelen, over zo goed als alle Europese producten en diensten."

**\\ Alternatieve geschillenbeslechting voor b2c versterkt het consumentenvertrouwen in de Europese markt **

Ook voor online aankopen

Consumenten kopen uiteraard ook vaak online, over de EU-grenzen heen. "Elk dispuut daarbij moet ook te bemiddelen zijn. Daarom introduceerde de Europese Commissie het webplatform Online Dispute Resolution. Daarop kunnen particulieren een bemiddeling starten over elke internetaankoop binnen de EU."

De klachten kunnen in alle 23 officiële talen van de EU ingegeven worden. Via het platform belanden ze dan bij een erkende bemiddelaar in de lidstaat van de betrokken handelaar. Die derde partij ontfermt er zich dan verder over.

Online handelaars die in de EU actief zijn, moeten hun klanten informeren dat ze een handelsdispuut kunnen aankaarten via een erkende bemiddelaar, al dan niet online. Zowel via de algemene verkoopsvoorwaarden en -contracten als met een link naar het Online Dispute Resolution-platform (ec.europa.eu/consumers/odr).

Meer consumentenvertrouwen en groei

De Europese richtlijn is niet alleen goed nieuws voor particulieren, ze helpt ook bedrijven. "Want als ik als consument een eventueel dispuut makkelijk kan oplossen via bemiddeling, waar de handelaar zich ook in Europa bevindt, dan krijgt mijn vertrouwen in de Europese markt een boost en koop ik mogelijk meer internationaal", verklaart Bart Volders.

Een bedrijf heeft er dus alle belang bij om voor alternatieve geschillenbeslechting te kiezen. Zowel om disputen snel en betaalbaar op te lossen, als om zijn klanten tevreden te stellen en zijn groei te verzekeren.

SCHRIJF U IN VOOR DE INFOSESSIE OVER BEMIDDELING OP 11 MEI

Meer weten over hoe alternatieve geschillenbeslechting in de praktijk verloopt en het Europese initiatief daar rond met de Online en Alternative Dispute Resolution? Kom dan naar de infosessie van Enterprise Europe Network Vlaanderen op 11 mei. Met tal van interessante sprekers waaronder Bart Volders én een rollenspel, waarmee u alle do's-and-don'ts bij bemiddeling ervaart.

Dit event maakt deel uit van de infosessiereeks Justice4growth, waarin Enterprise Europe Network Vlaanderen tal van Europese juridische maatregelen belicht die zakendoen in Europa vergemakkelijken.

Interesse?

Schrijf u vóór 7 mei in op www.vlaio.be (doorklikken naar Kalender) of stuur een e-mail met uw gegevens naar pascal.verhey@vlaio.be



Taipei Food Show Taipei

21 tot en met 24 juni 2017

Met 1.100 exposanten en ruim 13.000 bezoekers is de Taipei Food Show een van de belangrijkste voedingsvakbeurzen in Azië. Van vlees en zuivel over kant-en-klaargerechten tot suikerwaren en likeuren. Zowat alle subsectoren van de voedingsindustrie tekenen er present.

Op de onthaalstand van FIT kan u gratis uw producten presenteren. We vertegenwoordigen uw bedrijf via brochures en kleine samples. U hoeft dus niet zelf persoonlijk aanwezig te zijn. Kortom, een laagdrempelige introductie tot de Taiwanese voedingsmarkt, die zeer internationaal georiënteerd is en dus flink wat zakenkansen biedt voor buitenlandse kwaliteitsproducten.

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 mei 2017 op www.flanderstrade.be

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

Vlaams-Nederlandse handelsdag Tilburg

11 mei 2017

Als buurland is Nederland traditioneel aantrekkelijk voor Vlaamse bedrijven om internationale ervaring op te bouwen. Maar ook voor meer ervaren ondernemingen is en blijft het goed zakendoen bij onze noorderburen. De economie trekt aan, de bouw doet het goed en er zijn mergers & acquisities aan beide zijden van de grens. Hoog tijd om de temperatuur op te meten en te kijken wat de mogelijkheden zijn.

Tijdens de Vlaams-Nederlandse handelsdag leert u hoe u de Nederlandse markt het beste benadert en uw kansen op succes verhoogt. En u vindt er misschien wel de juiste zakenpartner.

INSCHRIJVEN? Tot en met 8 mei 2017 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Liesbet Huyge op 02 504 88 22 of liesbet.huyge@fitagency.be

Business opportunities in the framework of Europe's climate actions outside the EU Brussel

18 mei 2017

De EU, de Europese Investeringsbank, Europese Bank voor Wederopbouw en Ontwikkeling en regio's zoals Vlaanderen en Catalonië, scharen zich allen achter het klimaatakkoord van Parijs. Ontdek welke zakelijke mogelijkheden dit voor u kan bieden!

INSCHRIJVEN? Tot en met 12 mei 2017 op www.flanderstrade.be

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



Op een Contactdag krijgt u een persoonlijk en gratis consult met een deskundige die woont en werkt in uw doelmarkt. Grijp deze buitenkans om uw exportplannen te bespreken. Afspraak in de provincie van uw keuze.

Slovenië

16 en 17 mei 2017

Leuven en Hasselt

INSCHRIJVEN? Tot 16 mei 2017 op www.flanderstrade.be

Oostenrijk en Zwitserland

16 tot en met 24 mei 2017

Leuven, Hasselt, Gent, Brugge en Antwerpen

INSCHRIJVEN? Tot 23 mei 2017 op www.flanderstrade.be

Iran, Saudi-Arabië en de Verenigde Arabische Emiraten

7 tot en met 14 juni 2017

Sint-Niklaas, Geel, Hasselt, Leuven en Brugge

INSCHRIJVEN? Tot 13 juni 2017 op www.flanderstrade.be

Colombia, Cuba en Uruguay

12 en 13 juni 2017

Brussel

INSCHRIJVEN? Tot 12 juni 2017 op www.flanderstrade.be

Vragen over internationaal ondernemen? Stel ze aan onze provinciale kantoren!

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

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

Oost-Vlaanderen > 09 276 19 30 – oostvlaanderen@fitagency.be

Vlaams-Brabant > 016 66 56 00 – vlaamsbrabant@fitagency.be

West-Vlaanderen > 050 24 74 10 – westvlaanderen@fitagency.be



BOOST UW EXPORT!

Wil u weten hoe u de Leeuw van de Export 2017 kan worden?
Schrijf u nu in voor het seminarie op 4 mei.

IS UW BUSINESS EEN SUCCES IN MEER DAN ÉÉN BRUGGE? DAN WORDT U MISSCHIEF DE LEEUV VAN DE EXPORT 2017!

Uw bedrijf heeft de wind in de zeilen in het buitenland? Dan maakt u een goede kans om de Leeuw van de Export 2017 te winnen, de belangrijkste exportprijs van Vlaanderen uitgereikt door Flanders Investment & Trade. Een prijs ook die heel wat deuren opent, in meer dan één Brugge ... en tal van andere plekken wereldwijd. Maak dus meteen werk van uw kandidatuur en grijp uw kans om uw bedrijf een ware boost te geven. **Dien uw dossier in vóór 2 juni en treed in de voetsporen van Aucxis en MediaGeniX!**

LEEUVVANDEEXPORT.BE

Hoofdsponsor



Sponsor



Locatiesponsor

