

wereld WIJS

96
4/2017

Sanofi ontvangt Investment of the Year Trophy 2017

Oekraïne kiest voluit voor Europa





04

In gesprek met **Sanofi**

Zakendoen in Oekraïne



09

en verder ...

3 Edito \ **8** Marktinformatie \ **14** Intussen... \ **15** Leeuw van de export
2017 \ **17** Foreign Investment Trophy 2017 \ **20** Intriguing Brands & Siderit toosten
met gin op internationaal succes! \ **22** Kalender

“Vlaamse expertise op de wereldkaart”

Beste lezer,

Binnenkort geven we de aftrap van onze zestiende editie van de Leeuw van de Export. Met deze award zetten we uitzonderlijke exportsuccessen van Vlaamse bedrijven in de schijnwerpers. Dagelijks werken we bij FIT samen met tal van ondernemingen die het geweldig doen in het buitenland. Bijgevolg zou ook de respons op onze nieuwe oproep erg groot moeten zijn.

Toegegeven, deze exportprijs winnen vergt enige inspanning, maar volgens elke voormalige Leeuw biedt deze begeerde titel zoveel voordelen, zowel intern als extern. Met andere woorden: het sop is de kool wel degelijk waard. Breng dus zo snel mogelijk uw inschrijving in orde, want om te winnen moet u natuurlijk deelnemen.

De Leeuw van de Export is de ideale gelegenheid om al uw sterktes een keer in de verf te zetten. Sans gêne, het mag gerust eens, we doen dat anders al veel te weinig. Verover u de wereld dankzij de expertise en het talent van uw medewerkers, uw uitgekende strategieën, de superioriteit van uw producten of diensten of uw originele marktaanpak? Schreeuw het van de daken!

Zoals u verderop in dit nummer kan lezen, kan u gebruikmaken van tips, raad en ondersteuning bij het opstellen van uw inschrijvingsdossier. Van onze experts en van onze huidige Leeuwen, maar ook uw adviseur Internationaal Ondernemen is een erg behulpzame bron van informatie. Neem vooral contact op, we helpen u 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.



A portrait of a middle-aged man with short, dark hair, smiling warmly. He is wearing a dark navy blue suit jacket over a light blue button-down shirt. He is leaning forward with his arms crossed, and a beaded bracelet is visible on his left wrist. The background is a plain, light-colored wall.

“We willen van
Vlaanderen de
biotech valley
van de wereld
maken”

Maak kennis met onze Investment of the Year 2017: Sanofi

In 2016 besliste de Franse farmareus Sanofi om 300 miljoen euro te investeren in zijn productiesite in Geel. Een keuze die niet alleen 100 jobs creëert, maar ook publiek en jury overtuigde dat dit dé investering van het jaar was. Op 21 februari 2017 ontving VP and General Manager van Sanofi Geel, Gunther Pauwels, zichtbaar gelukkig de prestigieuze trofee uit handen van Claire Tillekaerts, gedelegeerd bestuurder bij FIT. Enkele dagen na de prijsuitreiking was er tijd voor een uitgebreider gesprek.

Al ruim twee eeuwen schrijft Sanofi een wereldwijd groeverhaal. Uit de schoot van lokale apothekers evolueerde de Sanofi Groep via fusies, bedrijfsovernames en samenwerking naar de top vijf wereldspelers in de gezondheidszorg. Het beursgenoteerde bedrijf is koploper op het vlak van de behandelingen voor diabetes, cardiovasculaire aandoeningen, zeldzame ziektes en vaccins. Ook in MS, oncologie, immunologie en zelfzorggeneesmiddelen is Sanofi toonaangevend. Het bedrijf onderzoekt, ontwikkelt, produceert en vermarkt zorgoplossingen op maat van de patiënt.

**\\ Onze overwinning illustreert mooi de verankering van de farmaceutische industrie in Vlaanderen **

In meer dan 100 landen wereldwijd stelt Sanofi 110.000 mensen tewerk, waarvan ruim 900 in zijn Belgische vestigingen. Daarvan is de meer-

derheid – ongeveer 700 – aan de slag op de productiesite in Geel. De andere medewerkers werken in het hoofdkantoor in Diegem of in Brussel, de financiële hub waar de betalingen van Sanofi worden gecentraliseerd.

Flinke boost

Claire Tillekaerts: “Nogmaals gefeliciteerd met deze overwinning! Hoe is dat goede nieuws onthaald?”

Gunther Pauwels: “Bijzonder fijn. Het kwam toch als een verrassing. Onze concurrenten waren niet van de minste. Bovendien opereren we in zo'n kleine niche. Omdat het grote publiek mee mocht stemmen, dachten we dat een ronkende naam als Daikin of Decathlon, het zou halen. Toen we 'Sanofi' hoorden, sprongen we dan ook een gat in de lucht, we zijn echt ontzettend blij!

Deze trofee bevestigt het belang en de positieve impact van onze investering voor Vlaanderen. Bovendien is het een erkenning van de jaren-

lange inzet, kennis en kunde van onze medewerkers. Tenslotte zijn zij het die het mogelijk maakten om deze investering naar Geel te halen. Intern betekent deze overwinning dus absoluut een boost voor het engagement en de motivatie.

Daarnaast kregen we behoorlijk wat media-aandacht. We merken dat heel wat politici en spelers binnen de gezondheidszorg op de hoogte zijn van deze investering en de trofee. Onze overwinning illustreert mooi de verankering van de farmaceutische industrie in Vlaanderen, met de volledige waardeketen van productie tot de optimalisatie van patiëntenzorg.”

\\ **We stonden samen met andere regio's op een shortlist. Verschillende factoren werden gewogen zoals kostprijs, stabiel investeringsklimaat, kennis, loonkosten en overheidsinspanningen** \\

Aantrekkingskracht van expertise

Claire Tillekaerts: “Sanofi Geel kwam er door de overname van Genzyme in 2011. De Amerikaanse biotechnologiegroep was er tien jaar eerder neergestreken. Je was al aan boord bij Genzyme Geel. Weet je nog wat toen de beweegredenen voor de overname van de site waren?”

Gunther Pauwels: “Dat was een heel bewuste keuze. Voordien was hier het Nederlandse Pharming actief dat in Geel werkte met transgene konijnen. Door een genetische aanpassing scheiden de dieren menselijk eiwit af in de melk. Patiënten die lijden aan de ziekte van Pompe, een zeldzame en erfelijke spierziekte, maken dat eiwit niet aan. De ziekte is ongeneeslijk, maar dankzij het aangemaakte eiwit is eiwittherapie mogelijk.

Toen Genzyme Pharming overnam in 2001 waren er dus al heel wat resultaten geboekt rond de ziekte van Pompe. Bovendien werkte hier zo'n 120 man met ervaring in biotech, toen nog weinig voorkomend. Die unieke combinatie trok Genzyme over de streep. En ze zijn op hetzelfde spoor voortgegaan, weliswaar op veel grotere schaal.

Dat vond ik erg knap van Genzyme, dat ze ook in zeldzame genetische ziektes wilden investeren. Want in het geval van de ziekte van Pompe spreken we over maximaal 10.000 mensen wereldwijd. Momenteel krijgen onge-

veer 3.000 patiënten een behandeling. Genzyme spaarde kosten noch moeite om getroffen gezinnen te verhuizen rond een klinisch centrum om studies op te zetten. Door de jaren heen hebben ze fors in de site geïnvesteerd, zo'n 600 miljoen euro, zodat de vestiging kon blijven groeien.”

Opnieuw een reuzensprong voorwaarts

Claire Tillekaerts: “En dan in 2016 volgde de grootste investering tot dusver in Geel, ditmaal door Sanofi: 300 miljoen euro. Was het vanzelfsprekend dat de keuze op Geel zou vallen?”

Gunther Pauwels: “Nee, we stonden samen met andere regio's op een shortlist. Verschillende factoren werden gewogen zoals kostprijs, stabiel investeringsklimaat, kennis, loonkosten en overheidsinspanningen. Dat we het pleit hebben gewonnen, danken we aan een aantal factoren. Zo genieten we de reputatie van een performante productiesite met de gespecialiseerde knowhow om biologische moleculen, waaronder monoklonale antilichamen, te kunnen produceren. Een erg complex biotechnologisch productieproces, waarin we, zeker op die schaal, voorsprong hebben op andere sites van de groep. Dat kunnen we alleen waarmaken door het talent, de expertise en knowhow in onze vestiging.

\\ **Biologische geneesmiddelen zijn de nieuwe generatie medicijnen en wij staan daar mee aan de wieg van** \\

Ook onze snelheid van uitvoering en bestaande state-of-the-artinfrastructuur waren sterke troeven. Daarnaast waren de strategische en financiële steun van de Vlaamse en lokale overheden en het Agentschap Innoveren en Ondernemen – waarbij FIT de brug tussen de partijen sloeg – eveneens doorslaggevend.

Wel een aandachtspunt voor Vlaanderen is de dringende behoefte van buitenlandse bedrijven aan een stabiel investeringsklimaat. Ook Wouter De Geest van BASF beklemtoonde dat op de Foreign Investment Trophy. Zo moeten in Vlaanderen duidelijke, stabiele en competitieve taksen gelden, anders kunnen we het verschil met belastingparadijzen als Singapore of Ierland niet overbruggen. Ook al is het een huzarenstuk om onze site te verhuizen wegens de transfer van kennis en het behalen van de

nodige vergunningen, niets staat in steen gebeteld. Voor toekomstige investeringen zal een stabiel investeringsklimaat alleen maar winnen aan belang.”

Klaar voor de toekomst

Claire Tillekaerts: “Wat betekent deze investering voor Sanofi?”

Gunther Pauwels: “Sanofi wil een voortrekkersrol spelen in de toekomst van biologische moleculen, waaronder monoklonale antilichamen. Terwijl de enzymen een beperkt toepassingsgebied hebben, is dat voor monoklonale antilichamen veel ruimer. Denk aan atopische dermatitis, chronische sinusitis en astma. Voor deze monoklonale antilichamen hebben we een veelbelovende ontwikkeling in de pijplijn.

Op een grotere schaal beginnen werken, was nodig om ook in de toekomst te kunnen blijven groeien. Dat is nu mogelijk dankzij deze investering. We kunnen ons labo uitbreiden, een bestaande productielijn aanpassen en heropstarten, en in 2019-2020 een bijkomende productielijn in een tweede fabriek opzetten. Daardoor zullen we ons werk en onze expertise in belangrijke ziektegebieden zoals artritis en atopische dermatitis naar hogere niveaus tillen.

Dankzij de investering worden we een van de groeipolen van de Sanofi Groep. Wereldwijd zijn er immers maar enkele productiesites voor biologische geneesmiddelen, terwijl daarvoor wel alsmaar meer goedkeuringen worden gegeven. We spreken hier over de nieuwe generatie medicijnen en wij staan daar mee aan de wieg van.”

Talent van eigen bodem

Claire Tillekaerts: “Ook voor de Vlaamse werkgelegenheid is deze investering een meevaller. Maar liefst honderd jobs komen erbij. Vullen jullie vacatures makkelijk in?”

Gunther Pauwels: “In Geel, of zelfs in België, zijn weinig soortgelijke bedrijven, zeker al niet met onze omvang. Dat speelt in ons voordeel, omdat we zo naam maken bij wetenschappers en academisch personeel. Ook is dankzij het hoge opleidingsniveau in Vlaanderen de instroom min of meer verzekerd. En eenmaal bij ons aan boord, tonen medewerkers zich erg loyaal – het helpt uiteraard dat we met ons werk echt levens redden. Zo kunnen we onze kennis en expertise diep verankeren.

Voor de technische functies, daarentegen, verloopt de zoektocht moeilijker. Voor jobs in onderhoud, installaties en automatisatie zijn



we minder aantrekkelijk dan de petrochemie met zijn gigantische installaties. Daarnaast vinden we ook moeilijker documentalistes, erg belangrijk in onze sector. Die zoektocht voeren we nu volop.

**\\ Dit is een erkenning van de jarenlange inzet, kennis en kunde van onze medewerkers **

Maar er kleeft er ook een nadeel aan het feit dat er zo weinig collega-bedrijven in de buurt zijn. Zo hebben we een zustersite in Boston, een biotechhotspot. Dat schept een stimulerend klimaat waarin synergie en kennisdeling goed gedijen, en dat zie je ook in de uitstekende bedrijfsresultaten van onze zustersite. Ook daarom is de recente investering in Geel zo belangrijk. Deze aandacht is welkom, want we

willen van Vlaanderen de biotech valley van de wereld maken."

Typisch Kempens

Claire Tillekaerts: "Bij een multinational die groeit door fusies en overnames werkt vaak een mengelmoe van bedrijfsculturen. Hoe zit dat bij Sanofi Geel?"

Gunther Pauwels: "Alles rond IT en hr wordt globaal gestuurd. Standaardisatie is immers een van dé hefbomen van zo'n grote organisatie. Maar net zoals we de autonomie hebben om de lokale vertaalslag te maken van de algemene strategieën, is onze bedrijfscultuur nog tamelijk Vlaams. Of misschien wel eerder Geels of Kempens.

Als ik het in één woord moest beschrijven, zou het 'WYSIWYG' zijn: what you see is what you get. Onze medewerkers spreken het uit als ze niet akkoord gaan. Gezond verstand houdt ons

overeind in deze complexe branche. Al jaren hebben we een oerdegelijk imago: we leveren wat we hebben beloofd. Dat zie je ook in de implementatie van de investering. Het is alle dagen keihard werken, maar we slagen erin om alles op schema te houden. Onze medewerkers zijn bijzonder trouw en leggen de lat steeds hoger. Met zo'n gedreven ploeg werken, is fantastisch en onze waardering en dankbaarheid kunnen dan ook niet groter zijn."

MEER WETEN OVER BUITENLANDSE INVESTERINGEN IN VLAANDEREN?

Check www.foreigninvestmentsrophy.be en www.investinlanders.be.

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'.

Foodretail in Zwitserland

Het aantal supermarkten en grootwarenhuizen in Zwitserland is vergelijkbaar met de markt in België. Terwijl het voorbije decennium het aantal supermarkten en grootwarenhuizen in sommige landen fors afnam, blijft dat in Zwitserland stabiel. De bruto-omzet van deze verkooppunten schommelt al enkele jaren rond hetzelfde bedrag: CHF 32,8 miljard. Voor het prijsniveau is Zwitserland wel een buitenbeentje. Het land scoorde in 2015 beduidend hoger dan het Europese gemiddelde en nam hiermee de koppositie van Noorwegen over.

The medical device market in China

De markt voor medisch materiaal in China behoort tot een van de grootste ter wereld. In de komende jaren zullen de gezondheidssector en de daaraan gekoppelde markt voor medisch materiaal sterk blijven groeien. Tegen 2020 worden immers 400 miljoen inwoners ouder dan 60 jaar verwacht waarvan 100 miljoen ouder dan 80 jaar. Dat schept opportuniteiten voor onder meer in vitro-diagnostisch materiaal, medische testen, implantaten, therapeutische producten, chirurgisch materiaal en medische software. Ontdek in detail deze kansen, de regelgeving, verkoopkanalen en nuttige websites.

De Nederlandse doe-het-zelfmarkt

De Nederlandse bouwmarkt trekt weer aan. Ook de doe-het-zelfmarkt volgt stilaan deze tendens. In deze studie krijgt u inzichten in de markt, evolutie, trends en beste marktaanpak. Ook is er een hoofdstuk rond samenwerkingsverbanden, want het blijkt complex om uw weg te vinden in het doolhof van winkels, inkooporganisaties en andere samenwerkingsverbanden. Daarom is aan het belangrijkste deel van dit rapport – de kerngegevens van de winkelketens – veel zorg besteed. Tot slot ontdekt u nog relevante vakbeurzen en interessante bronnen van informatie.

Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

Oekraïne

Voluit voor Europa

Al sinds de annexatie van de Krim in 2014 slaan de media ons om de oren met berichten over het diplomatieke conflict tussen Oekraïne en Rusland. Dat Oekraïne niet meteen een beeld van zakenkansen oproept, is dus begrijpelijk maar tegelijk onterecht. “Uiteraard halen vooral de recente politieke ontwikkelingen de voorpagina. Wie het land om die reden links laat liggen, slaat de bal mis”, zegt Tatiana Korotich, onze vertegenwoordiger in Oekraïne. “Het conflict wordt grondig in kaart gebracht en opgevolgd. En nu het land zich zowel sociaal als economisch voor de volle 100% tot Europa richt, biedt Oekraïne vooral veel potentieel voor Vlaamse bedrijven.”

wereld
WIJSDOSSIER

УКРАЇНА



Een markt in heropleving

Tatiana Korotich werkt op de Belgische ambassade in Oekraïne. Naast AWEX vertegenwoordigt ze ook FIT in de hoofdstad Kiev. Zij ziet Oekraïne als een markt die zowel de producten en diensten als de expertise van Europese spelers met open armen ontvangt.

De toekomst van Oekraïne ligt in Europa

Op economisch gebied keek Oekraïne lang naar Rusland als grootste handelspartner, maar sinds de Krimcrisis zijn de banden volledig doorgeknipt. Hoe staat de Oekraïense markt er nu voor?

Tatiana Korotich: "Dat het conflict diepe economische wonden heeft geslagen in 2014, zal niemand verbazen. Wel is het zo dat nagenoeg alle buitenlandse bedrijven die er toen actief waren, beslist hebben om af te wachten wat de toekomst zou brengen. En daar deden ze goed aan. Sinds 2016 is de situatie niet alleen gestabiliseerd, het land tekent ook een duidelijk economisch herstel op. Voor 2017 voorspelt de Europese Centrale Bank een groei van 5% van het bruto binnenlands product en een verdere daling van de inflatie naar ongeveer 9%. Ook voor de wisselkoers van de grivna, de lokale munt, is de prognose gunstig."

Wat betekent dat voor de handelsrelaties met Vlaanderen?

Tatiana Korotich: "Oekraïne is volledig 'open for business'. Het land heeft aanzienlijke structurele behoeftes en kijkt daarvoor bijna uitsluitend naar Europa. Vooral voor infrastructuur, transport, logistiek, telecommunicatie, landbouw, duurzame energie en milieu. Omgekeerd zet Oekraïne een stevige inhaalbeweging in om aan de Europese standaarden en kwaliteitsnormen

te voldoen. Voor die uitdaging doet het land eveneens een beroep op Europese bedrijven en kennisinstellingen. Door hun expertise te delen, krijgen die spelers meteen ook een voet tussen de deur op de lokale markt.

Nog meer dan andere Europese landen kan België bogen op een ijzersterke reputatie in Oekraïne. Kwaliteit en hoogtechnologische innovatie zijn maar twee verkoopargumenten waar Vlaamse bedrijven mee kunnen scoren. Daarnaast wordt in Oekraïne veel belang gehecht aan de hoge betrouwbaarheid en het democratische model waarmee het de EU en vooral Brussel associeert."

Oekraïne heeft aanzienlijke structurele behoeftes en kijkt daarvoor naar Europese bedrijven

Traditioneel sterk

In welke sectoren is voor Vlaamse bedrijven een glansrol weggelegd?

Tatiana Korotich: "Vooral in bepaalde traditionele sectoren sluit de Oekraïense vraag naadloos aan bij de sterktes van Vlaanderen. Neem de bouwindustrie. Die is aan een opmars bezig. Zowel voor residentiële gebouwen als voor infrastructuurwerken en industriële constructies wordt verdere groei voorspeld. Daarvoor zijn hoogwaardige bouwmaterialen nodig. Lokale spelers kunnen vaak niet aan de stijgende kwaliteitseisen voldoen, waardoor het marktaandeel van export fors toeneemt. Daarnaast wordt steeds vaker geïnvesteerd in energiezuinige en kostenefficiëntere bouwtechnieken, zoals droogbouw of modulaire woningen. Stuk voor stuk tendensen waarop de Vlaamse bouwindustrie moeiteloos inspeelt.

Infrastructuur, transport en logistiek, duurzame energie en milieu zijn de meest kansrijke sectoren in Oekraïne

Ook de voedings- en landbouwindustrie scheert hoge toppen. Met ruim 42,7 miljoen inwoners is Oekraïne de op een na grootste consumentenmarkt van Centraal- en Oost-Europa. Bovendien stijgen de inkomens en verschuift de vraag naar kwaliteitsvollere producten met een hoge toe-

gevoegde waarde, bijvoorbeeld op ecologisch vlak. Ook dat is een exportkans die de Vlaamse food- en agrosector niet mag laten liggen."

Modernisering in de maak

Welke economische klemtonen legt Oekraïne nog?

Tatiana Korotich: "De overheid vaart een decentralisatiekoers, de regio's krijgen meer bevoegdheden en budget. Naast de hoofdstad bieden nu ook de 'oblasten' (regio's) een pak meer potentieel. De transportsector is een mooi voorbeeld. Het Oekraïense wegennet, inclusief bruggen en viaducten, is ongeveer 169.600 km lang en heeft dringend een opknapbeurt nodig: 97% van de wegen zijn in slechte staat. Tegen 2020 wil de overheid dat cijfer met 10% omlaag zien gaan. En al die inspanningen worden nu lokaal beheerd. Dat het monopolie van de overheid op infrastructuuronderhoud verdwijnt, betekent meer kansen voor exportspelers.

Ook voor landbouw en energie hebben de regionale besturen nu meer in de pap te brokken. Oplossingen voor een modern milieubeleid en vlotte toegang tot duurzame energie zijn hun topprioriteiten. Zeker nu de Russische gas- en olietraan is dichtgedraaid, zijn de ogen daarvoor volledig op Europa gericht. Door deze decentralisatiekoers openen zich opnieuw interessante opportuniteiten voor Vlaamse ondernemers."

Als de op een na grootste consumentenmarkt van Centraal- en Oost-Europa biedt Oekraïne veel potentieel voor food- en agrobédrijven

Hindernissen wegwerken

We kunnen er niet omheen: het politieke conflict in het oosten van Oekraïne. In welke mate bepaalt dit het bedrijfsleven in het land?

Tatiana Korotich: "Het conflict speelt zich af in een beperkt aantal gebieden in het Donetsbekken. De overheid heeft die gedetailleerd in kaart gebracht en neemt de nodige defensieve maatregelen. De bedrijfswereld in de rest van het land ondervindt dus geen hinder. Dat bewijst ook de recente economische heropleving. De toekomst van Oekraïne ligt in Europa, zoveel is duidelijk. Alleen met de steun van Europese bedrijven en consultants kan het land zijn economie aanzwengelen. Het decentralisatiebeleid

van de Oekraïense regering is alvast een belangrijke eerste stap om van het land een aantrekkelijke bestemming te maken voor buitenlandse bedrijven.

Maar er staat nog meer in de steigers. De wetgeving wordt aangepast naar Europees model en er zijn maatregelen om importheffingen te verlagen. Zo merk ik dat het aantal meldingen van te hoge douanekosten nu al sterk is afgenomen. Verder ruimt de bureaucratie geleidelijk plaats voor een transparant en eenvoudiger systeem. Zo kan je hier tegenwoordig in slechts één dag al een lokale activiteit opstarten. Kortom, Oekraïne zet stap voor stap de deuren voor internationaal ondernemen wagenwijd open."

DE OEKRAÏENSE TRANSPORTMARKT

Voor transportspelers is een cruciale rol weggelegd in Oekraïne. De sector is goed voor 35% van de dienstenmarkt, 6,63% van het bbp en 6% van de tewerkstelling. Wil ook u er de vruchten van plukken? Onze marktstudie 'Transport Market in Ukraine' helpt u op weg: www.flandersinvestmentandtrade.com/export/marktstudie/transport-market-ukraine.

Vijf vuistregels voor goede zaken in Oekraïne

Zakendoen in Oekraïne is in veel opzichten 'business as usual' voor Europese bedrijven, al heeft de markt ook enkele typische eigenheden. Expert Tatiana Korotich zet vijf tips op een rij.

1

BEGIN BESCHIEDEN, DENK VOORUIT

"Maak je intrede in Oekraïne via export. Zo kan je rustig de tijd nemen om de markt te bestuderen en je gekozen niche en regio te leren kennen. Pas dan is de oprichting van een lokale bedrijfstak een optie. Pols ook zeker naar praktijkervaringen van andere buitenlandse bedrijven in het land."

2

NEEM OFFICIËLE INSTANTIES IN DE ARM

"Doe een beroep op exportorganisaties, ambassades en economische diplomaten om je in contact te brengen met lokale partners. In Oekraïne draait alles om vertrouwen. Via officiële instanties heb je een streepje voor."

3

GA PERSOONLIJK TE WERK

"Oekraïners zijn flexibel en bescheiden, net zoals Vlamingen. Maar meer dan hun Vlaamse concullega's stellen Oekraïense ondernemers persoonlijk en veelvuldig contact op prijs om een deal te sluiten. Met het uitwisselen van mails alleen kom je er niet."

4

KIES DE WEG VAN DE MINSTE WEERSTAND

"Over de Oekraïense douane doen veel cowboyverhalen de ronde. Te hoge douanerechten komen wel voor, maar de meeste buitenlandse bedrijven kiezen om het bedrag aan de grens te betalen en de prijs nadien opnieuw te laten evalueren. Vervolgens wordt de meerprijs gewoon teruggestort."

5

LAAT RUSSISCH NIET LINKS LIGGEN

"Een vierde van de bevolking heeft Russisch als moedertaal en de meeste Oekraïners zijn tweetalig. Wie een mondje Russisch spreekt of in die taal adverteert, komt in Oekraïne soms verder dan met het Engels. Zeker op het platteland."

De artisanale meubelen en accessoires in natuurtinten van Flamant slaan tot ver buiten onze grenzen aan. Het succes van de conceptstores in onder meer Hamburg, Lyon en Parijs bewijst dat. Verder heeft de interieur- en decoratiespecialist uit Geraardsbergen een wereldwijd netwerk van verdelers en partnerships in Brazilië, Koeweit, Oekraïne en het emiraat Dubai. We spraken met founder Alex Flamant.

“Onze aanwezigheid in Kiev kan een springplank betekenen voor andere Oost-Europese markten”

“Dat Oekraïne het de voorbije jaren niet makkelijk had, is een understatement. Maar al is de toestand nog altijd erg fragiel, de economische situatie is het voorbije jaar toch wat gestabiliseerd. En de interesse voor onze producten is eigenlijk altijd gebleven.

Kiev beschikt over een rijk architecturaal erfgoed dat momenteel volop wordt geherwaardeerd en gerestaureerd. Tegelijkertijd wordt de stad internationaler, steeds meer luxemerken strijken er neer. Dat zijn stuk voor stuk evoluties die in de kaart spelen van ons woonconcept.

Geen compromissen

Onze lokale partner ontmoetten we bijna tien jaar geleden op een internationale vakbeurs. Zij voelden aan dat er een markt was voor onze collecties in Oekraïne en zagen het zitten om via een partnership een winkel uit te baten in Kiev. Toen we hun prachtige winkelpand bezochten, merkten we meteen dat we op dezelfde golflengte zaten. Want de Flamant-stijl is te nemen of te laten, we sluiten bewust geen compromissen om ons aanbod af te stemmen op lokale smaakvoorkeuren.

Hechte vertrouwensband

Tot op vandaag blijven we actief betrokken bij de uitbouw van ons merk in Oekraïne. We luisteren naar de noden van onze verdeler en ondersteunen waar mogelijk, zoals bij de organisatie van netwerkevenementen ter plaatse. Zo groeide er in de loop der jaren een hechte vertrouwensband. In een nichemarkt als de onze is dat volgens mij trouwens de enige manier om een langdurig partnership uit te bouwen.

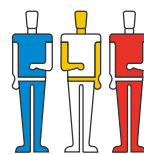
Expats als deuropener

Onze tijdloze interieurstijl blijkt wereldwijd aan te slaan, overall willen mensen er een stukje van in huis halen. In veel exportmarkten zetten we de eerste voet aan de grond via de expatgemeenschap, de lokale bevolking volgt. Naast verdere groeikansen in Oekraïne zelf geloof ik dat onze aanwezigheid in Kiev een springplank kan betekenen naar andere Oost-Europese markten. In de hele regio ligt nog heel wat onontgonnen potentieel binnen het luxesegment.”

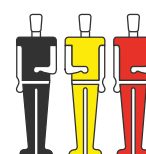
FACTSHEET OEKRAÏNE



OPPERVLAKTE
603.549 KM²



AANTAL INWONERS
42,7 MILJOEN (2016)



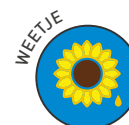
AANTAL BELGEN
ingeschreven in
Kiev: 130 (maart 2017)



OFFICIËLE TAAL
OEKRAÏENS



MUNTEENHEID
GRIVNA (UAH)
1 EUR = 28,3929 UAH
(09/03/2017)



Oekraïne is 's werelds grootste
producent van zonnebloemolie
en gebruikt 70% van zijn
grondgebied als landbouwareaal
(42 miljoen hectare).

Ease of doing business index



Politiek risico



Commercieel risico (van A tot C)



OP DE AGENDA: GROEPSZAKENREIS NAAR OEKRAÏNE

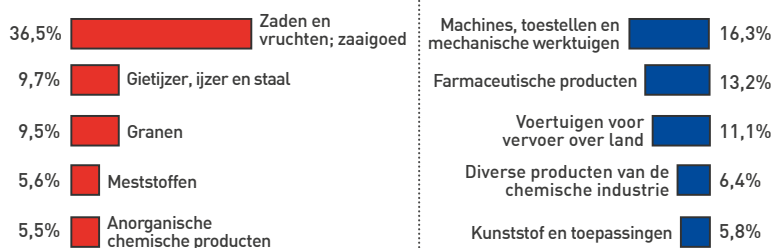
Van maandag 29 mei tot vrijdag 2 juni 2017 organiseert FIT samen met AWEX een multisectorale groepszakenreis naar Kiev en Lviv. Op het programma: afspraken met potentiële partners en klanten, en netwerkmomenten met plaatselijke spelers en beslissingsnemers.

Interesse?

De inschrijvingen zijn nog niet opgestart, maar meld alvast uw interesse bij Bart Van den Bossche via bart.vandenbossche@fitagency.be.

Meer info op www.flanderstrade.be

Vlaamse export naar Oekraïne: € 371,9 miljoen (2015)



Vlaamse import uit Oekraïne: € 290,9 miljoen (2015)

Intussen ...

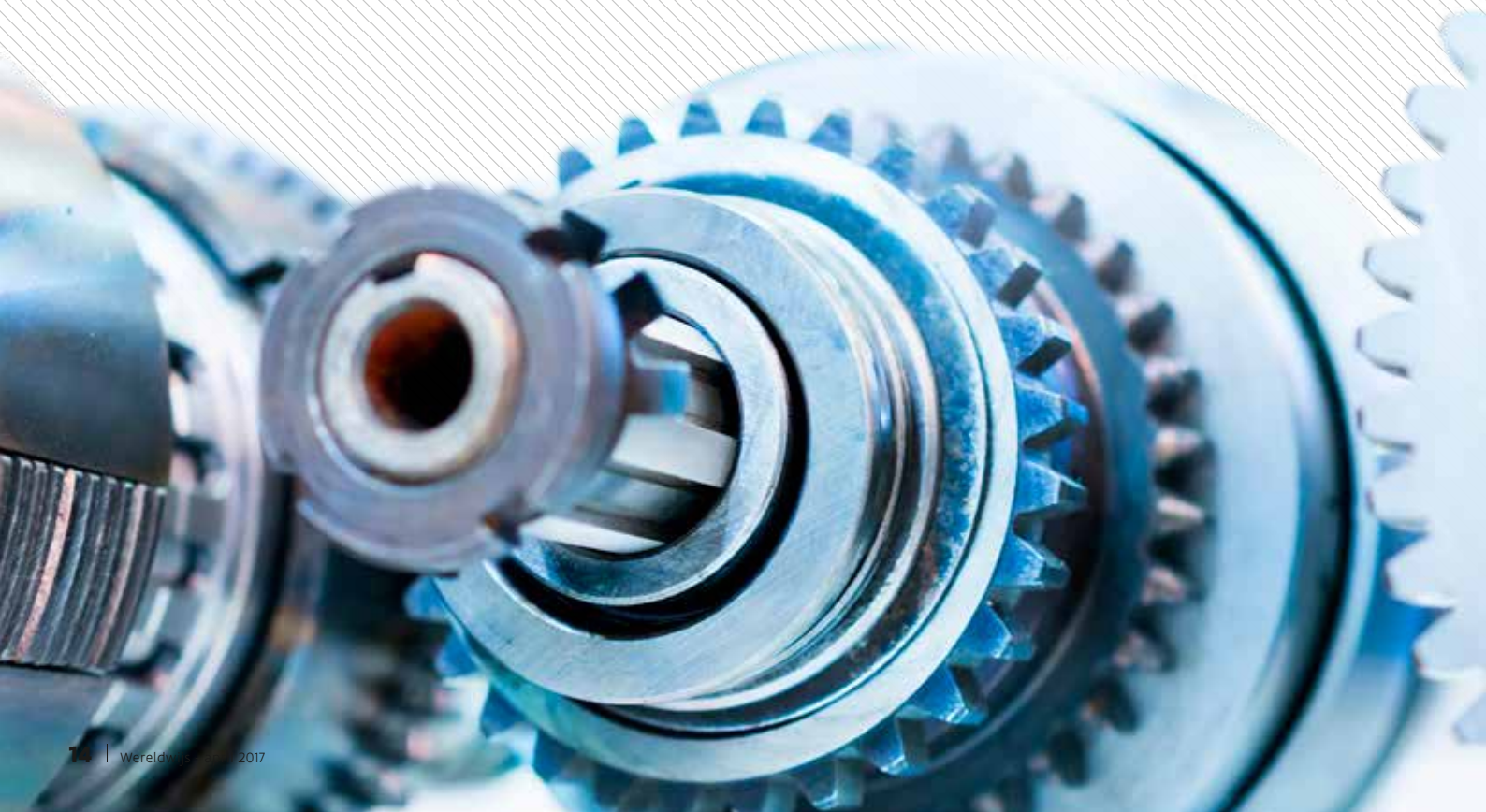
Na de Super Bowl mocht technologiestart-up **Ticto** uit Zellik ook de Oscaruitreiking beveligen met zijn slim badgesysteem. Dat traceert continu of aanwezig zijn op de juiste plaats bevinden. Vorig jaar haalde het bedrijf 3,5 miljoen euro op bij een aantal Belgische businessangels en onlangs sloot het een strategisch partnership met beveiligingsbedrijf SIS.

Eind februari kwam de proefopstelling van ruimtevaartbedrijf **QinetiQ Space** uit Kruibeke aan in het internationaal ruimtestation ISS. Die werd ontwikkeld in opdracht van het ESA en onderzoekt hoe het lichaam van astronauten zich aanpast aan het gebrek aan zwaartekracht. De bevindingen kunnen het onderzoek naar behandelingen voor neurologische ziektes vooruit helpen.

PrimaDonna, een van de merken van lingeriebedrijf **Van de Velde**, kaapte de award weg voor best verkopende Europese lingeriemerk 2016 van het Franse magazine Intima. Lingerieboetieks uit het VK, Spanje, Italië, Frankrijk en Duitsland hielpen het merk aan de overwinning. Naast PrimaDonna zijn ook Marie Jo en Andres Sarda bekende lingerie merken van de Oost-Vlaamse producent.

1 miljard

Producent van automatische versnellingsbakken **Punch Powertrain** telt momenteel zo'n 1000 werknemers, maar zoekt dit jaar 2 à 300 man versterking. Na de recordomzet van 501 miljoen euro in 2016 ziet het er immers naar uit dat het Truiense bedrijf in 2017 de kaap van 1 miljard zal ronden. Naast capaciteitsuitbreiding in eigen land bouwt Punch Powertrain ook een fabriek in Iran.





Is uw export de Leeuw waard?

Jaarlijks bekroont FIT twee Vlaamse bedrijven met de Leeuw van de Export voor hun topprestaties in het buitenland. Maar de begeerde Leeuw verkoopt zijn vel duur. Rijft u deze award binnen met uitstekende exportcijfers en een vurig pleidooi? Stel vóór 2 juni een indrukwekkend dossier samen en overtuig de jury van uw internationale succes.

Heeft u in 2016 exportresultaten geboekt die van uw onderneming een Leeuwenbedrijf maken? Schrijf u dan in voor de Leeuw en bezorg ons vervolgens uw wedstrijdossier. Op basis daarvan selecteert een vakjury zes genomineerden: drie in de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers' en drie in de categorie 'Bedrijven met 50 of meer medewerkers'. De finalisten verdedigen vervolgens hun dossier voor een Vlaamse jury van professionals. Die wikt, weegt en kiest vervolgens de twee Leeuwen die een jaar lang het boegbeeld zijn van de Vlaamse export.

Een keurmerk met faam

De titel Leeuw van de Export brengt meer met zich mee dan enkel een trofee om uw kantoor mee op te fleuren. "Van de positieve aandacht maken we gebruik om onze recentste businessunit nog bekender te maken," vertelt CEO Geert Vonck, wiens bedrijf Aucxis in 2016 op het podium stond. MediaGeniX zette in datzelfde jaar de award in om de vertrouwensband met zijn klanten nog te verstevigen. Volgens CEO Dirk Debraekeleer is het immers ook hun verdienste. Pattyn Packing Lines krijgt sinds zijn overwinning in 2015 zijn vacatures sneller gevuld. En Aluvision, evenknie van dat jaar bij

de kleine bedrijven, geniet vooral van de nieuwe contacten die de Leeuw van de Export met zich meebracht. Algemeen stellen de winnaars dat de erkenning een boost betekende voor hun team en business.

Het perfecte dossier

De jury geeft de voorkeur aan een inschrijvingsdossier met een rode draad. Heeft u een buitengewone bedrijfsvisie, een neus voor internationale risico's en een innovatiestrategie om 'u' tegen te zeggen? Pak er vooral mee uit. De eindjury bestaat uit een gevarieerde combinatie van academici, werkgeverorganisaties, vertegenwoordigers van de Vlaamse overheid en de huidige Leeuwen van de Export: Aucxis en MediaGeniX.

Data om te noteren

Eerste stap: uw deelname zo snel mogelijk in orde brengen op www.leeuwvandeexport.be. Dan heeft u nog tijd tot 2 juni om uw inschrijvingsdossier in te dienen. Op 21 juni kiest de vakjury de zes genomineerden. Behoort u tot de kanshebbers? Dan komt FIT in juli een bedrijfsvideo opnemen waarmee u kan uitpakken. Houd ook 8 september vrij voor de tweede

en beslissende ronde waarin u uw dossier verdedigt voor de eindjury. Op 20 september volgt een feestelijke prijsuitreiking in Brugge. Daar onthult minister-president Geert Bourgeois u, Vlaanderen en de rest van de wereld wie de Leeuw van de Export 2017 is.

Op 4 mei bent u alvast uitgenodigd bij huidige Leeuw MediaGenix: die donderdag organiseert FIT een workshop waar zij u tips en tricks bijbrengen. Ook Aucxis en andere exportexperts zijn aanwezig om al uw vragen te beantwoorden.



5 feiten over 15 jaar Leeuw van de Export

- 5 Leeuwen exporteren naar 100 of meer verschillende landen.
- 4 Leeuwen hebben minstens 10 vestigingen in het buitenland.
- In de eerste 6 edities waren de 2 categorieën 'Young Exporter' en 'Best Performer'.
- Winnaars moeten 5 jaar wachten om opnieuw hun kans te wagen.
- 2 jaar na elkaar genomineerd?
Dan moet u uw deelname het volgende jaar overslaan.

STAAT U TE TRAPPELEN OM LEEUV VAN DE EXPORT 2017 TE WORDEN?

Maak uw deelname zo snel mogelijk in orde op
www.leeuwvandeexport.be.

Ontdek op 4 mei hoe u
het best mogelijke **inschrijvingsdossier** opstelt.

Dien dat **vóór 2 juni** in.

Verneem op **26 juni**
of u bij de zes genomineerden bent.

Verdedig (indien genomineerd) uw dossier
voor de **eindjury op 8 september**.

Kom op **20 september** naar de uitreiking
van de Leeuw van de Export 2017.

Alle nodige documenten en bijkomende info
vindt u op www.leeuwvandeexport.be.

DE LEEUWENHAL OF FAME

Sluit u aan in dit lijstje exportkampioenen?

2016	Aucxis en MediaGeniX
2015	Aluvision en Pattyn Packing Lines
2014	HTMS en Agristo
2013	Medec Benelux en H.Essers
2012	Skyline Communications en Waterleau
2011	Orfit Industries en BEST
2010	Financial Architects
2009	DEME
2008	Metris
2007	Photovoltaech en Duvel Moortgat
2006	Cardon Pharmaceuticals en Hansen Transmissions
2005	Camco Technologies en BEST
2004	Waterleau en Traficon
2003	Extremis en Jaga
2002	PMTC en Snack Food Poco Loco





FOREIGN INVESTMENT TROPHY 2017

FLANDERS INVESTMENT & TRADE

Deze investeerders vielen in de prijzen op onze Foreign Investment Trophy

Maar liefst 3 buitenlandse bedrijven die recent investeerden in Vlaanderen gingen op 21 februari 2017 met een trofee aan de haal in de Ghelamco Arena. Het Gentse voetbalstadion gaf de 5e editie van onze Foreign Investment Trophy meteen een sportief competitief tintje. De wedstrijd gemist? Geen nood: voor wie de competitie 'uitgesteld' wil bekijken, is er deze uitgebreide fotoreportage.

Naar goede gewoonte bekroonden we een opmerkelijke buitenlandse investeerder met de Investment of the Year Trophy. Dit jaar won Sanofi, het coverartikel deze maand. Ook jarenlange trouw verdient onze dankbaarheid en waardering. BASF kreeg daarom verdiend de Lifetime Achievement Trophy. In de vorige Wereldwijs kon u dat al uitgebreid lezen. Voor het eerst reikten we ook een prijs uit voor Newcomer of the Year. Maak kennis met de winnaar, de Noorse houtproducent Kebony.

Foreign Investment Trophy 2017

Waarom Kebony de verdiende 'Newcomer of the Year' is



“Vlaanderen heeft ons met open armen ontvangen. Dat we hier nu ook in de prijzen vallen, is een hele eer én een belangrijke drijfveer voor de toekomst.” Christian Jebson, CEO bij Kebony, blaakte van trots op de Foreign Investment Trophy. De Noorse houtproducent verzilverde er dan ook een dubbele primeur. Niet alleen koos het bedrijf voor Vlaanderen als eerste internationale uitvalbasis, Kebony sleepte voor die investering ook de allereerste trofee voor Newcomer of the Year in de wacht.

4 redenen waarom Kebony die erkenning dubbel en dik verdient:

1. Symbiose in de maak

In februari 2017 gaf Kebony officieel de aftrap voor de bouw van zijn eerste productiesite buiten thuisland Noorwegen. De eerste spade-steek kwam er in Kallo, langs de terreinen van chemiegigant Lanxess. De keuze voor de Antwerpse chemiecluster spreekt voor zich. Voor zijn productieproces heeft Kebony immers vooral stoom nodig. En laat dat nu net een belangrijk restproduct zijn in de chemische industrie.

2. Duurzame productie

Kebony's succes stoelt op een innovatieve, gepatenteerde productiemethode. Daarbij worden verschillende soorten naaldhout eerst onder druk behandeld met een biogebaseerde vloeistof, die onder meer residuen van rietsuiker en maïs bevat. Nadien wordt het hout met stoom verhit om de celstructuur te optimaliseren. Het resultaat is een hogere duurzaamheid en structurele stabiliteit die kunnen tippen aan tropisch hardhout.

3. Zij aan zij met Vlaanderen

In totaal pompt Kebony niet minder dan 20 miljoen euro in de nieuwe site. Daarvoor kan de houtproducent rekenen op steun van de Vlaamse overheid en de Vlaamse investeringsmaatschappij PMV. VLAIO, het Vlaamse Agentschap voor Ondernemen en Innoveren, biedt strategische transformatiesteun voor een bedrag van 2 miljoen euro. PMV injecteert 10,6 miljoen euro in het investeringsproject.

4. Lokale jobs

In de fabriek gaan minstens 25 nieuwe medewerkers aan de slag. Jaarlijks zullen zij instaan voor de productie van om en bij de 20.000 m³ hout. Dat is ongeveer evenveel als hun Noorse collega's in Skien, op een boogscheut van Oslo. Bovendien is Kebony's investering ook goed voor zo'n 20 indirecte jobs in Vlaanderen.

Dat naast gevestigde waarden ook nieuwkomers zoals Kebony hun weg naar Vlaanderen vinden, is onder meer te danken aan de puike wisselwerking tussen onze regio en buitenlandse investeerders. “We voelden ons vanaf dag één welkom in Vlaanderen”, vat Christian Jebson samen. “Of het nu ging over milieuvergunningen, de ideale vestigingslocatie, de arbeidswetgeving of de mogelijkheden voor federale en regionale steun: we werden bij elke stap van onze investering bijgestaan met raad en daad.”



**MEER WETEN OVER BUITEN-
LANDSE INVESTERINGEN
IN VLAANDEREN?**

Neem een kijkje op
www.investinlanders.com

Intriguing Brands & Siderit toosten met gin op internationaal succes!

In de vorige Wereldwijs las u hoe een Vlaamse specialist in stadsdistributie en een Italiaans voedingsnetwerk elkaar vonden via Enterprise Europe Network (EEN). Heeft u de smaak te pakken? Deze keer ontdekt u hoe de Vlaamse voedingsdistributeur Intriguing Brands en de Spaanse ginfabrikant Siderit via EEN de handen in elkaar sloegen.



Noël Christiaens (l) en Steve De Vos (r)



Als bourgondiërs weten we in Vlaanderen maar al te goed wat lekker is. Ook Intriguing Brands uit Aalst heeft daar een neus voor. Deze onderneming, anderhalf jaar geleden opgericht als deel van het foodconsultancybedrijf Bizzon Group, zoekt wereldwijd naar fabrikanten van kwaliteitsvolle en unieke voedingsproducten en helpt hen om die op de Beneluxmarkt en binnen Europa te commercialiseren.

"Daarbij adviseren we de producenten niet eenmalig, maar bieden we hen continue operationele ondersteuning bij sales, marketing en distributie", vertelt Noël Christiaens, die samen met Steve De Vos en drie andere partners Intriguing Brands en Bizzon Group leidt. "Zo kunnen onze partners zich focussen op hun sterkte: het maken van een kwalitatief product."

Op zoek naar een uitstekende gin

Gin boemde al een tijdje in ons land. "We bezaten echter nog geen gin in ons portfolio", vervolgt Steve De Vos. Op zoek naar een internationale partner klopte Intriguing Brands aan bij Patrick De Molder, een accountmanager van Enterprise Europe Network Vlaanderen.

Patrick De Molder toonde de bedrijfsleiders de mogelijkheden van de Partnering Opportunities Database. Die staat vol met voorstellen voor internationale samenwerking, van tal van buitenlandse bedrijven. Samen vonden ze een interessante ginfabrikant met een unieke distillatiemethode uit de Spaanse regio Cantabrië: Siderit.

Eerste stappen

Het Spaanse bedrijf koesterde al exportplannen. Maar het dacht daarbij niet meteen aan Europa, eerder aan Mexico en Zuid-Amerika. Toen Siderit over de interesse van Intriguing Brands hoorde, vlogen ze over voor een eerste ontmoeting. Een mooi huwelijk leek in de maak, maar beide bedrijven hadden wel nog enkele barrières te overwinnen. "Bijvoorbeeld op taalvlak. De meeste Spaanse ondernemingen hebben maar één Engelstalige manager. Bovendien hechten ze vaak minder belang aan stipte logistiek, regels en kwaliteitscontroles", herinnert Steve De Vos zich.

Werken aan vertrouwen

Maar die belemmeringen vormden volgens de Vlaamse bedrijfsleiders geen onoverkomelijke problemen. Siderit focust op zijn product, Intriguing Brands is sterk georganiseerd. Samen vormen ze een ideale match, tussen twee bedrijven en twee culturen.

Uiteraard moesten de ondernemingen het eerste jaar wel vertrouwen opbouwen. Noël Christiaens: "Het was belangrijk dat we tot het juiste partnership kwamen, aangezien we van elkaar afhankelijk. De communicatie verliep daarbij niet telefonisch of via e-mail, maar face-to-face. Eenmaal we elkaar volledig vertrouwden, was the sky the limit. We merkten bij onze Spaanse partner veel goesting om te ondernemen."

\\ Door onze succesvolle samenwerking bloeien zowel Intriguing Brands als Siderit volop \\

Uniek verhaal van vier ginsmaken

Belangrijk is dat Siderit zich goed kan vinden in de marketingaanpak van Intriguing Brands. "We importeren niet zomaar hun product, maar voegen er een waarde aan toe, vertrekkende vanuit de behoeften van de consument. We creëren een beleving rond hun dranken", aldus Steve De Vos.

Welk marketingverhaal vertelt de Vlaamse partner dan? "De meeste mensen weten niet dat gin in vier determinerende smaken bestaat: spicy, floraal, citrus en zoet. Wij brengen als enige dit volledige gamma binnen één premiummerk op de markt."

Daarnaast hanteert Siderit een unieke distillatiemethode. Noël Christiaens: "In een klassieke koperen stookketel verkrijgt je zowel ethanol als slechte methanol. Bovendien verdwijnt een deel van de fijne aroma's. Siderit stookt echter in een glazen stookkolom, als enige ter wereld. Door de zuiverheid van het glas bekomt de fabrikant pure ethanol, en geen methanol. Het resultaat is een van de zuiverste gins ter wereld. Een drank die zeer aromatisch en complex is, maar toch evenwichtig."

De ginproducent innoveert trouwens nog meer.

"Cantabrië kent veel melklandbouwbedrijven. Dat inspireerde onze Spaanse partner om een wodka van melk te maken, in glazen melkinstallaties. Zo bestaan er wereldwijd maar drie."

Doorslaand succes

De gins van Siderit slaan sterk aan. Zo behaalden ze al gouden medailles tijdens prestigieuze competities in Brussel, Londen en San Francisco. Ook de retailers en consumenten zijn enthousiast. "In ons eerste jaar, 2016, hoopten we 5.000 flessen te verkopen. Het werden er 20.000", glundert Steve De Vos.

Beide bedrijven bloeien dan ook volop. Intriguing Brands verkoopt al voedingsproducten aan alle retailers uit ons land. Ook in Spanje lopen de zaken prima: "Siderit groeide van 3 naar 20 medewerkers. Bovendien bouwen ze ook een nieuwe productiesite."

\\ In ons eerste jaar hoopten we 5.000 flessen te verkopen. Het werden er 20.000 \\

Al uitbreiding in Spanje

De Spaans-Vlaamse samenwerking breidt zich uit naar andere voedingsbedrijven uit dezelfde Spaanse streek. "Ook hun producten verkopen we hier al in een speciale box. Daarnaast willen we de bedrijven daar doen samenwerken, om nieuwe producten te ontwikkelen", vervolgt Noël Christiaens.

En de volgende stap? Dat is de Spaanse markt zelf verder veroveren. "Want vandaag is Siderit daar nog niet overal beschikbaar, ook niet in de retail. We willen hen ook helpen slagen in eigen land, door onze expertise te delen. Dit is de omgekeerde wereld: eerst succes boeken in de Benelux, en dat daarna vertalen naar thuis. Maar de ginproducent voelt er zich prima bij en voor ons vormt dit een nieuwe uitdaging!"

DE SMAAK VAN INTERNATIONAAL SUCCES TE PAKKEN?

Wil u net als Siderit en Intriguing Brands internationale ambities waarmaken? Misschien staat ook uw geschikte businesspartner in de Partnering Opportunities Database van Enterprise Europe Network. Deze bron bevat duizenden recente, grensoverschrijdende businessvoorstellen.

Raadpleeg de databank nu via www.enterpriseeuropelaanderen.be.

Of neem contact op met onze specialisten:

- Patrick De Molder van Enterprise Europe Network Vlaanderen, via: 0497 59 33 90 of patrick.demolder@vlaio.be
- Sophie Rottiers van FIT, via: 02 504 88 76 of sophie.rottiers@fitagency.be

Lees ook meer over de databank in Wereldwijs februari 2017 en oktober 2016.

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, alle subsectoren van de voedingsindustrie tekenen er present. Op de onthaalstand van FIT kan u er gratis uw producten presenteren. We vertegenwoordigen uw bedrijf via brochures en kleine samples, zelf hoeft u dus niet aanwezig te zijn. Kortom, een laagdrempelige introductie tot de Taiwanese voedingsmarkt, die 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

ADIPEC Abu Dhabi

13 tot en met 16 november 2017

ADIPEC is de belangrijkste olie- en gasbeurs in het Midden-Oosten en behoort tot de top 3 wereldwijd. FIT organiseert samen met Agoria een groepsstand voor Vlaamse bedrijven. We verzorgen er uw individuele stand van administratie tot logistiek. U hoeft zich alleen op uw verkoop en contacten ter plaatse te concentreren. Ook voor Vlaamse bedrijven is deze vakbeurs annex conferentie een onmisbare kans om nieuwe spelers te ontmoeten en de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de sector te ontdekken.

INSCHRIJVEN? Tot en met 18 april 2017 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Frank Baeyens op 02 504 88 49 of frank.baeyens@fitagency.be

KALENDER

CONTACTDAGEN

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.

Frankrijk

19 tot en met 26 april 2017

Veurne, Gent, Hasselt, Antwerpen en Vilvoorde
INSCHRIJVEN? Tot 25 april 2017 op www.flanderstrade.be

India

3 tot en met 10 mei 2017

Leuven, Hasselt, Sint-Niklaas, Kortrijk en Mechelen
INSCHRIJVEN? Tot 9 mei 2017 op www.flanderstrade.be

Pakistan

9 en 10 mei 2017

Kortrijk en Mechelen
INSCHRIJVEN? Tot 9 mei 2017 op www.flanderstrade.be

GROEPSZAKENREIS

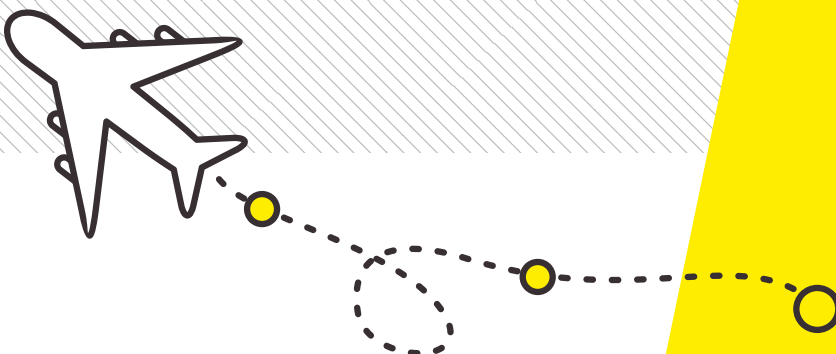
Uruguay en Chili

Van 3 juni tot en met 9 juni 2017

U denkt er aan om zaken te doen in Zuid-Amerika, u wil uw zakelijke contacten onderhouden en/of uitbreiden? Schrijf u dan in voor onze groepszakenreis in juni naar Uruguay en Chili en verken deze markten samen met FIT. Wij verzorgen voor u een afsprakenprogramma op maat.

INSCHRIJVEN? Tot en met 17 april 2017 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



LEEUVAN DE EXPORT 2017

FLANDERS INVESTMENT & TRADE



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 GENT? DAN WORDT U MISSCHIEEN DE LEEUVAN 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 Gent ... 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



WERK & ECONOMIE