

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

wereld WIJS

95
3/2017

Magazine van Flanders Investment & Trade, Afgiftekantoor Gent X, BC2170 Koning Albert II-laan 37, 1030 BRUSSEL

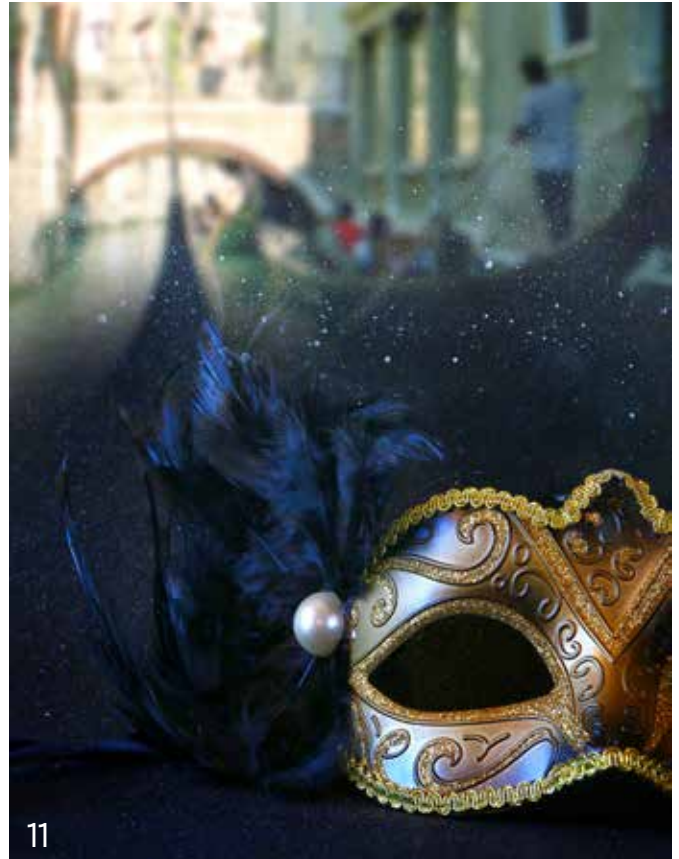
BASF krijgt Lifetime Achievement Trophy

**Italië, zorgen- of wonderkind
voor Vlaamse ondernemers?**



In gesprek met **BASF**

Zakendoen in Italië



en verder ...

3 Edito \ **8** Marktinformatie \ **10** Intussen... \ **18** CityDepot en InCampagna: de perfecte internationale match \ **21** Wat vindt u van Wereldwijs? \ **22** Kalender

“Buitenlandse investeerders in Vlaanderen in de kijker”

Beste lezer,

Bij FIT hebben we een dubbele missie. Met de ene opdracht – Vlaamse bedrijven helpen bij hun internationalisering – bent u vertrouwd. Wellicht heeft u al een beroep gedaan op deze specifieke dienstverlening. Daarnaast behoort ook het aantrekken van buitenlandse investeerders naar Vlaanderen tot onze verantwoordelijkheid, een delicate opdracht.

Beslissen over een buitenlandse investeringslocatie gaat immers niet over een nacht ijs. Niet alleen spelen tal van factoren mee, ook andere landen willen niets liever dan diezelfde kandidaat binnenhalen. Want daarin slagen betekent jobcreatie en werkgelegenheid op langere termijn, expertise wordt gedeeld en opgebouwd, kansen ontstaan voor toeleveranciers enzovoort. Een hele regio kan er door opbloeien. Logisch dat alle geïnteresseerde partijen de potentiële buitenlandse investeerder achter de schermen overtuigen, ook FIT.

Kortom, met onze afdeling Invest zoeken we zelden de schijnwerpers. Pas wanneer de knoop is doorgemaakt in Vlaanderens voordeel, mogen we uitpakken. Eenmaal per jaar doen we dat groots: met onze Foreign Investment Trophy zetten we enkele opvallende buitenlandse investeringen in de bloemetjes. In dit nummer ontdekt u het verhaal van het Duitse BASF, dat op 21 februari de Lifetime Achievement Trophy ontving. In de volgende Wereldwijs stellen we u de kersverse Investment of the Year en – deze editie voor het eerst gekozen – de Newcomer of the Year voor.

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
en foto's BASF: ©Ilona Vanouplines 2017

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.





“Een aanmoediging
om nog lang op dit
elan door te gaan”

BASF krijgt Lifetime Achievement Trophy

Exact een halve eeuw na de eerste productie van BASF in de Antwerpse haven kaapt het Duitse moederbedrijf de Lifetime Achievement Trophy van FIT weg. Gedelegeerd bestuurder Wouter De Geest is sinds 1982 aan boord bij het op een na grootste 'Verbund' van de chemiereus, dus hij heeft een groot deel van dat investeringsverhaal mee geschreven. Tijd voor een terug- en vooruitblik.

We schrijven begin jaren 60. Het Duitse chemiebedrijf BASF zoekt een locatie voor een nieuw Verbund – een grootschalige, geïntegreerde productievestiging – om de groeiende Europese klantenportefeuille te bedienen. De site zou worden ontworpen naar het model van Ludwigshafen, de thuishaven van de groep. Voor dat 'Project Noordzee' stonden een aantal regio's op de shortlist, Antwerpen kwam als beste uit de bus.

"Doorslaggevende factoren waren de uitstekende logistieke ligging in het noorden van de Antwerpse haven, die in volle expansie was, en de slagvaardigheid van de overheid om zo'n groot project mee te helpen realiseren", vertelt Wouter De Geest aan Claire Tillekaerts, gedelegeerd bestuurder van FIT. "Daarenboven kreeg BASF de kans om de gronden aan te kopen. Zo kon Antwerpen Rotterdam de loef afsteken."

De Duitsers trokken 200 miljoen mark (ongeveer 102 miljoen euro) uit om de eerste productiefaciliteiten uit de grond te stampen: dochter BASF Antwerpen was een feit. In een drietal grote investeringsgolven bouwde de groep de Antwerpse site consequent uit tot haar tweede grootste productievestiging wereldwijd. Gemiddeld blijft ze 150 miljoen euro per

jaar in haar Vlaamse dochter investeren.

Naast de site in de Antwerpse haven, die vandaag ongeveer even groot is als het historische centrum van de stad en 3.100 van de 3.500 Belgische werknemers tewerkstelt, heeft BASF ook vestigingen in Ham, Bornem, Nevele, Battice en Louvain-la-Neuve, en kantoren in Brussel en Waterloo.

\\ De Antwerpse chemiecluster groeide exponentieel, maar steeds in harmonie met de omgeving \\

Verticale integratie

Claire Tillekaerts: "De voorbije halve eeuw is er continu op hoog niveau geïnvesteerd in de productiesite. Wat waren voor u de absolute mijlpalen?"

Wouter De Geest: "De belangrijkste verdienste is dat we erin geslaagd zijn om van BASF Antwerpen een volledig geïntegreerd

productiecentrum te maken. Vaak startten we met producten voor verschillende industrieën, maar gaandeweg gingen we ook telkens de bijbehorende grondstoffen ervoor produceren. Zo ontstonden waardeketens rond specifieke productgroepen, waaronder kunstmeststoffen en kunststoffen als polyurethaan, polyamide of superabsorberende polymeren. Alle installaties van zo'n keten wisselen product- en energiestromen met elkaar uit binnen één zogeheten 'Productie Verbund'.

Die verticale integratie ging gepaard met een aantal sleutelinvesteringen, zoals een ammoniakfabriek en een steamcracker – een raffinagecomplex waarin de ruwe olie wordt 'gekraakt' in verschillende componenten.

Binnen de waardeketen van de polymeren zijn we momenteel trouwens volop bezig met de implementatie van een nieuwe lijn om de meest recente generatie superabsorberende polymeren te produceren. Na meer dan tien jaar research is dat procedé rijp om op industriële schaal uit te rollen. Onze site is de eerste vestiging waar de nieuwe productielijn wordt gebouwd. De oplevering is gepland voor dit najaar."

Stevige partnerrelaties

Claire Tillekaerts: “Na Ludwigshafen is Antwerpen de grootste productiesite van de groep. Waarin verschilt deze site van de andere vijf Verbund-vestigingen?”

Wouter De Geest: “Uniek zijn ongetwijfeld onze stevige samenwerkingsverbanden met externe partners. Vanaf dag 1 werkten we voor de levering van grondstoffen structureel samen met een aantal vaste partijen. Zo bouwde Air Liquide al in de jaren 70 een plant op onze site voor de levering van industriële gassen.

Sinds 2010 hebben we trouwens ook een aantal productiepartnerships. Vanaf dat moment werden een aantal activiteiten overgedragen aan andere ondernemingen, waaronder INOVYN, INEOS Styrolution en EuroChem. Deze bedrijven blijven evenwel als strategische partners deel uitmaken van ons geïntegreerde productieconcept. Op de site in Ludwigshafen komt dit soort samenwerkingsverbanden minder voor.”

\\ Vanuit de overheid is er altijd een luisterend oor geweest voor de industrie, wat de coalities ook waren \\

Eigen accenten

Claire Tillekaerts: “Hoe autonoom kan BASF Antwerpen opereren binnen de groep?”

Wouter De Geest: “We houden de koers aan die de groep voor al haar Verbund-sites uitstippelt, maar we kunnen zeker eigen accenten leggen. Antwerpen en Ludwigshafen vormen één groot productiesysteem dat we samen continu verder verfijnen en efficiënter maken. Maar omdat onze site kleiner is dan die van Ludwigshafen, testen wij vaak nieuwe processen, systemen en technologieën uit voor ze op de moedersite of in andere vestigingen worden uitgerold. Dit streven naar operationele excellentie is altijd een van de speerpunten geweest van ons Verbund. Verder is BASF Antwerpen door de centrale ligging meer gefocust op productie in zeer grote installaties, waarvoor logistiek een belangrijke factor is.”

Hindernissen slopen

Claire Tillekaerts: “Waren er nog criteria die meespeelden in de keuze van BASF voor Vlaanderen?”

Wouter De Geest: “Naast de beschikbaarheid van gekwalificeerd technisch personeel, uiteraard, heeft ook de toegankelijkheid van onze overheid doorheen al die jaren een rol van betekenis gespeeld. Begin jaren 60 werd BASF met open armen ontvangen vanuit de overtuiging dat onze Vlaamse economie ondernemerschap nodig had om zich te ontplooien. Ook in de decennia erna is er altijd een luisterend oor geweest voor de industrie, wat de coalities ook waren. En steeds vanuit de filosofie: hindernissen zijn er om te slopen, niet om verder te verhogen.

\\ We zijn bezorgd over de protectionistische tendensen in de wereld. Vrijhandel is een onmisbare hefboom voor onze industrie \\

Dat is ook de reputatie van Vlaanderen in het buitenland, een goede zaak. Cruciaal zal bijgevolg zijn dat de overheid de komende jaren die faciliterende rol verderzet en de industrie actief blijft aanmoedigen om te innoveren, investeren en internationaliseren. En vooral: dat de balans niet overslaat in de richting van overregulering, complexiteit en rechtsonzekerheid. Dat zijn immers grote afknappers voor buitenlandse investeerders.”

Knopen ontwarren

Claire Tillekaerts: “Wat zijn mogelijke andere spelbrekers voor onze aantrekkelijkheid ten opzichte van buitenlandse investeerders?”

Wouter De Geest: “Om grondstoffen en producten zo efficiënt mogelijk te kunnen aan- en afvoeren, investeerden we volop in onze logistieke infrastructuur. Zo bouwden we aan de noordkant van de site een grote treinterminal, want veel van onze producten gaan het spoor op. Toch zet ook voor ons de fileproblematiek rond Antwerpen een serieuze domper op de feestvreugde. Meer nog, in heel Vlaanderen wordt de mobiliteitsknoop een ernstige bedreiging voor de economische bedrijvigheid. Ook wat digitale ontsluiting betreft kunnen we nog flink wat winst boeken. Zo bestaan er op het vlak van informatiedoorstroming nog te veel tussenschotten tussen operatoren, overheden, bedrijven enzovoort. Al wordt daar volop aan gewerkt, onder meer met NxtPort. Dat is een digitaal logistiek platform waarop alle spelers in de Antwerpse haven – bedrijven, overheden, douane ... – data over hun logistieke

processen uitwisselen om hun logistieke ketting verder op punt te stellen.”

Warmte uitwisselen

Claire Tillekaerts: “Economische en ecologische belangen verzoenen wordt steeds uitdagender, hoe pakken jullie dat aan?”

Wouter De Geest: “De Antwerpse chemiecluster is de voorbije decennia exponentieel gegroeid, maar dat gebeurde in harmonie met de omgeving. Dat komt omdat alle spelers binnen de cluster duurzaamheid hoog in het vaandel dragen. Zo hebben we allemaal allang de ontkoppeling bereikt tussen productie en uitstoot, maar we blijven zoeken naar nog betere energie-efficiëntie.

Bij BASF Antwerpen begonnen we al na de eerste oliecrisis van 1973 in te zetten op energie-efficiëntie binnen het productieproces om de rentabiliteit van de site op peil te houden. Toen legden we de bouwstenen van ons Energie Verbund, waarbij de processen die warmte afgeven en deze die warmte nodig hebben op elkaar zijn afgestemd. Dus lang voor Kyoto of Parijs verzetten we al de bakens in het nadenken over energieverbruik.

Hetzelfde geldt voor onze waterhuishouding: begin jaren 80 bouwden we de eerste biologische zuiveringsinstallatie voor industrieel afvalwater op Belgische bodem. Het water dat de site verlaat via die waterzuivering is schoner dan het water uit de Schelde dat we binnennemen. Bovendien gebruiken we geen kostbaar drinkwater voor onze processen, maar oppervlaktewater.”

Maatschappelijke relevantie

Claire Tillekaerts: “Waar liggen vandaag de grote uitdagingen voor de chemische sector?”

Wouter De Geest: “Bepalend voor het succes en de relevantie van de chemische industrie is de mate waarin ze erin slaagt om via onderzoek & ontwikkeling antwoorden te formuleren op grote maatschappelijke problemen: mobiliteit, energie, verstedelijking, zuiver water, kwaliteitsvolle voeding enzovoort. Zo doet BASF research naar duurzame verpakkingsmaterialen. In een joint venture met het Nederlandse Avantium zijn we de mogelijkheden van ‘PEF’ aan het onderzoeken, een biogebaseerd alternatief voor PET waaruit plastic flessen worden vervaardigd. Als het laboprocedé kan worden opgeschaald naar industriële proporties, dan zal er op termijn op de Antwerpse site een fabriek worden gebouwd voor de productie van furaandicarbonzuur, een belangrijke bouwsteen voor PEF.



Veel onzekerheden

Claire Tillekaerts: “BASF levert zijn producten wereldwijd aan zowat alle sectoren en industrieën. Maar de groei van de wereldeconomie is eerder zwak en er zijn veel onzekerheden. Hoe zien jullie de toekomst?”

Wouter De Geest: “Een goede zaak voor ons is in elk geval dat China opnieuw aantrekt. Maar tegelijk heerst er heel veel onzekerheid: de Brexit, de EU, de VS ... We zijn oprecht bezorgd over de protectionistische tendensen in de wereld die de verworvenheden van de vrijhandel in gevaar zouden kunnen brengen. Vrijhandel is immers een onmisbare hefboom voor onze industrie.

Wij zitten boordevol ideeën voor de verdere ontwikkeling van BASF Antwerpen, maar het heeft uiteraard geen zin om investeringen te doen voor markten die er (nog) niet zijn of die traag groeien. Dus zullen we er alles aan doen om onze bestaande installaties fit te houden, en dat in een tempo van 150 tot 170 miljoen euro per jaar. Verder ligt er een grote uitdaging in het veiligstellen van onze competitiviteit. Daarvoor moeten we het juiste evenwicht vinden tussen

ons menselijk kapitaal enerzijds en nieuwe technologieën anderzijds. En ook competitieve energiekosten zijn hierbij essentieel.”

\\ **Het streven naar operationele excellentie is altijd een van speerpunten geweest van dit Verbund** \\

Etappe bekroond

Claire Tillekaerts: “Tot slot, wat was uw eerste reactie toen u vernam dat BASF laureaat is van de Lifetime Achievement Trophy van FIT?”

Wouter De Geest: “Eerst en vooral is het een hart onder de riem dat Vlaanderen BASF zeer erkentelijk is voor de jarenlange investeringen en het vele werk dat hier is verzet. Want we delen deze award natuurlijk met onze medewerkers, contractoren, toeleveranciers en productiepartners die over de generaties heen tot het succes van BASF hebben bijgedragen. In die zin is het dus ook een signaal aan al die betrok-

kenen om zichzelf te blijven heruitvinden en de kaart van innovatie te trekken.

En ondanks de titel ‘lifetime achievement’, beschouw ik deze trofee toch vooral als de bekroning van een etappe en een aanmoediging om nog lang op hetzelfde elan door te gaan. Precies vijftig jaar geleden startten we in Antwerpen onze eerste productie op, maar ons moederhuis bestaat intussen al meer dan anderhalve eeuw. Mijn hoop is dan ook dat we met BASF Antwerpen hetzelfde parcours mogen lopen.”

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'.

Biotechnology in the Czech Republic

De vernieuwingen in de biotechnologie hebben het meeste impact op de volgende terreinen:

- voeding van mensen en huisdieren;
- de gezondheid en veterinaire zorg (oplossingen voor chronische en acute ziekten, ziekteverwekkers, epidemiologie, onderzoek naar nieuwe geneesmiddelen, technieken en materialen);
- energetica, energiebronnen, brandstof, technologieën voor kunstmatige fotosynthese.

Deze Engelstalige studie geeft een overzicht van de biotechnologie in Tsjechië, brengt alle belangrijke spelers in kaart en zoomt in op BIOCEV, een samenwerkingsproject van zes Tsjechische instituten. Doelstelling van dit project is om een Europees expertisecentrum te vestigen in de medische biologie en biotechnologie.

Life science and biotech industry in Lithuania

De Litouwse biotech- en lifesciencesector wordt een echte aantrekkingspool voor R&D-gerelateerde activiteiten in de Baltische staten. De sector groeide de voorbije 5 jaar met 22% en telt vandaag 16 academische instellingen, 15 R&D-centra en meer dan 370 fabrikanten.

De Litouwse regering stimuleert de sector en heeft als doelstelling om tegen 2020 1,9% van het bbp aan onderzoek & ontwikkeling te besteden. Daarnaast is er nog € 218.000.000 aan EU-fondsen voor ondernemingen die R&D-projecten willen opzetten. Ook heeft Litouwen een gunstig belastingregime en R&D-stimuleringsmaatregelen voor buitenlandse investeerders in biotech. Wereldspelers zoals Teva Pharmaceuticals en Thermo Fisher maakten hier al gebruik van en investeerden in de Litouwse markt.

High-Tech & Electronics Industry in India

India heeft zich ontpopt tot een 'digital lab' met wel meer dan 20.000 technologiebedrijven. Nieuwe opportuniteiten zijn er o.a. in de segmenten e-learning, tele-medicine, smart grids en e-commerce. Meer informatie over deze markt, de beleidsinformatie en de organisaties leest u in deze studie.

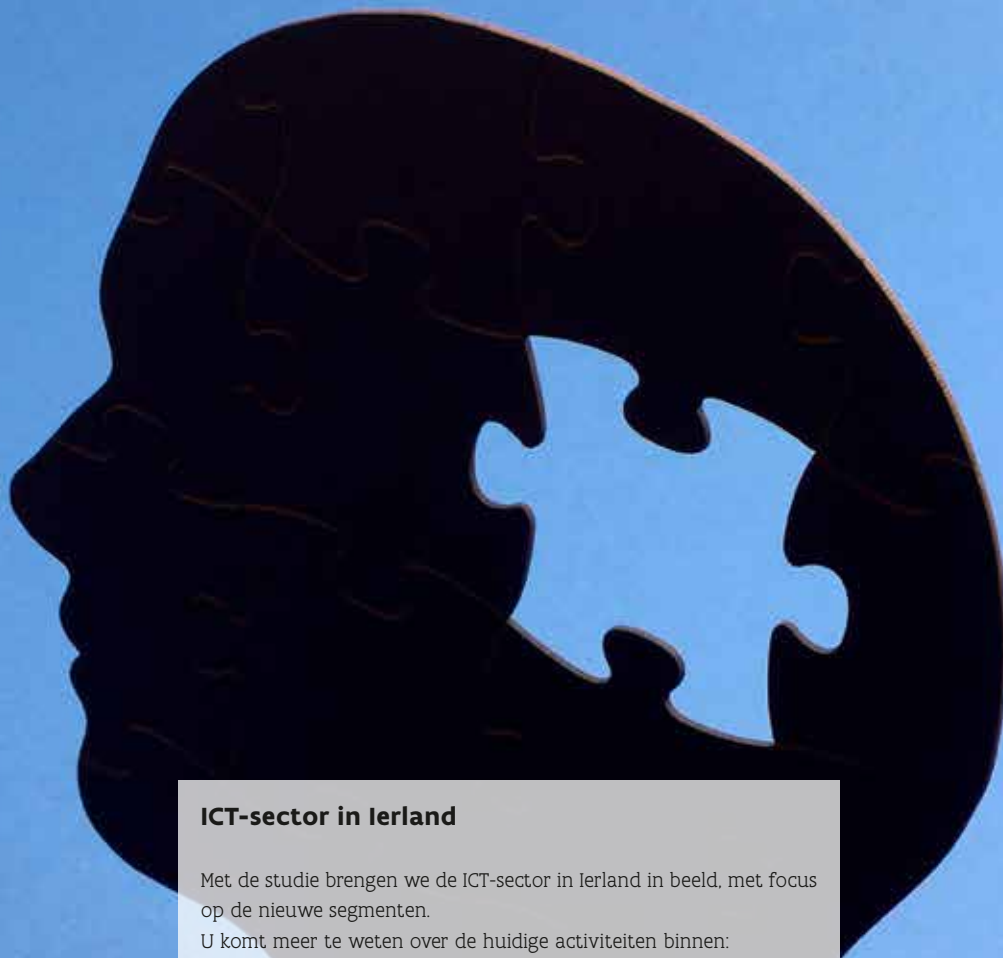
Le marché de la santé en Bulgarie

De Bulgaarse gezondheidssector zit in de problemen: inefficiënt, ondergefinancierd, en een gebrek aan infrastructuur en verzorgers. Voeg daarbij een reeks van onafgewerkte hervormingen en onvoldoende visie van de autoriteiten.

Voor de komende jaren heeft de minister van Volksgezondheid aangekondigd om de situatie te verbeteren. Er zal 84 miljoen euro worden vrijgemaakt voor de modernisering van de medische noodhulp. De laatste jaren hebben verschillende privé-ziekenhuizen, zowel algemene als gespecialiseerde, zich op de markt gevestigd. Zij hebben behoefte aan medische, tandheelkundige en laboratoriumuitrusting. Die uitrustingen komen vooral uit de Europese landen wat opportuniteiten biedt voor Vlaamse firma's.

Transport Market in Ukraine

Ondernemingen uit de transportsector en uit de logistieke sector spelen een grote rol in de Oekraïense economie. De sector is goed voor zowat 35% van de hele dienstenmarkt, produceert 6,63% van het Oekraïense bbp en stelt ongeveer 6% van de actieve bevolking tewerk. Deze studie gaat dieper in op het weg-, spoorweg-, lucht- en zeetransport. Ook verneemt u meer over de opportuniteiten in de Oekraïense transportsector.



ICT-sector in Ierland

Met de studie brengen we de ICT-sector in Ierland in beeld, met focus op de nieuwe segmenten.

U komt meer te weten over de huidige activiteiten binnen:

- sociale media;
- mobiele applicaties;
- cloudcomputing;
- micro-electronica;
- Internet of Things;
- e-commerce;
- games en virtual reality.

Voor Vlaamse bedrijven liggen tal van opportuniteiten in de toelevering aan Ierse bedrijven of in het opzetten van een partnerschap met het oog op de ontwikkeling van de markt.

Doe-het-zelfsector in Duitsland

De markt voor doe-het-zelfproducten en -diensten in Duitsland is de grootste in Europa. Qua omzet behoort de Duitse branche zelfs tot de wereldtop. De groei is niet spectaculair, maar wel gestaag en ook de online handel heeft zijn intrede gedaan.

Deze studie gaat in op de gevolgen en kansen van deze evolutie. Doelpubliek is de Vlaamse ondernemer die in deze sector in Duitsland zaken wil doen. Verder belicht de studie de omvang en structuur van de markt en vindt u een overzicht van de belangrijkste spelers. Ten slotte geeft ze een kijk op de opportuniteiten in de sector en krijgt u nog informatie over verenigingen, vakbeurzen en vakmagazines.



Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

Intussen ...

Waterbouw- en milieugroep **DEME** uit Zwijndrecht, winnaar van de Leeuw van de Export in 2009, trekt opnieuw richting India en de Malediven. De totale waarde van de binnengehaalde contracten bedraagt om en bij de 100 miljoen euro. In India werden verschillende nieuwe baggerprojecten aan DEME gegund, in de Malediven gaat de groep landwinningswerken uitvoeren voor 10 kunstmatige eilanden.

Tijdens de World Beer Idol-competitie in de Tsjechische hoofdstad Praag won het abdijbier van Averbode brons in de categorie Belgian blonde/pale ale. Voor het brouwen gingen de paters in zee met **Brouwerij Huyghe** uit Melle. **Duvel Moortgat** veroverde dan weer twee bronzen medailles: voor Duvel en Liefmans Goudenband.

Variphone uit Peer, producent van de nieuwste generatie oortjes met minuscule microfoon en luidspreker, is een topspeler in de internationale muziekindustrie. Maar ook onder meer topsporters en veiligheidsdiensten hebben oor naar dit innovatieve product. De gehoorbescherming wordt op maat gemaakt, om vervolgens de micro-elektronica in te bouwen. Via 3D-printing kon de arbeidsintensieve, handmatige productie recent worden verfijnd en versneld.

Op de RateBeer Awards – een van de belangrijkste bierwebsites wereldwijd – kaapte Brouwerij **De Struise Brouwers** 8 gouden medailles weg, 5 van hun bieren staan in de top 100 van beste bieren ter wereld en hun Cuvée Delphine werd uitgeroepen tot beste bier van België. Verder wonnen de Oostvleterse brouwers in de categorie 'beste brouwerij van België' en ze veroverden een stek in de lijst van 100 beste brouwers ter wereld voor 2016.



10 miljoen

Softwareproducent **Itineris** uit Sint-Martens-Latem, dat toepassingen bouwt waarmee nutsbedrijven onder meer het verbruik en de facturatie van hun klanten opvolgen, haalt voor de 2e keer op 2 jaar tijd 10 miljoen euro op. Samen met het bedrag van de vorige kapitaarondername zal het geld onder meer worden ingezet om de technologie klaar te stomen voor cloudtoepassingen en om vaste voet aan de grond te krijgen op de Amerikaanse markt.

Italië

Zorgen- of wonderkind voor Vlaamse ondernemers?

'Premier Matteo Renzi dient zijn ontslag in', 'Opnieuw zware aardbeving in Centraal-Italië', 'Italiaanse bankencrisis nog niet bezworen' ... In de media regende het de voorbije maanden ramspoedberichten uit Italië. Weinig aantrekkelijk voor buitenlandse investeerders en exporteurs, die doorgaans een stabielere omgeving prefereren. Maar moeten we niet verder kijken dan onze neus lang is?

We vroegen het aan Marleen Verstreken en Sophie Massagé, allebei posthoofd van de FIT-kantoren in respectievelijk Milaan en Rome. Zij wonen en werken al vele jaren ter plaatse en tonen beiden een veel genuanceerder beeld. Zonder blind te zijn voor de problemen zien ze vooral nog veel opportuniteiten. Ook voor Vlaamse ondernemers.



Milaan
(±1,3 miljoen inwoners)

Marleen Verstreken, op post in Milaan. Ook de regio's Aosta, Emilia-Romagna, Friuli Ligurië, Lombardije, Piemonte, Toscane, Trentino, Veneto en de republiek Marino behoren tot haar werkterrein.

Rome
(±2,8 miljoen inwoners)

Sophie Massagé, op post in Rome. Daarnaast kan u bij haar ook terecht met vragen over de Abruzzen, Apulië, Basilicata, Calabrië, Campanië, Latium, Marche, Molise, Sardinië, Sicilië, Umbrië en Vaticaanstad.

Politieke onzekerheden zetten handrem op hele maatschappij

Na een referendum over de grondwethervorming die de macht van de Senaat moest verkleinen, trad premier Matteo Renzi af. Het land startte op 12 december 2016 aan zijn 64e regering in de voorbije 70 jaar onder leiding van premier Paolo Gentiloni, ex-minister van Buitenlandse Zaken.

Is daarmee de gevreesde politieke crisis van de baan?

Sophie Massagé: "De Gentiloni-regering wordt gezien als een tussenregering. Het Constitutioneel Hof heeft de omstreden huidige kieswet deels ongrondwettelijk verklaard. Volgens de Italiaanse rechters moeten bepaalde onderdelen van de kieswet worden aangepast. Mogelijk gaan de Italianen in 2017 toch vervroegd naar de stembus. Dat zet het land in wachtstand, ondanks het feit dat enkele concrete problemen een onmiddellijke aanpak vergen.

\\ Laat ons niet uit het oog verliezen dat Italië een economische wereldmacht is, nummer acht in de wereld. Binnen de eurozone is het de op twee na grootste economie \\

Marleen Verstreken

Het meest urgent zijn maatregelen om de wankelende Italiaanse bankensector opnieuw stevig in het zadel te krijgen. De Europese Commissie stond toe dat Italië de liquiditeitsgarantie voor zijn banken verlengt tot 30 juni. Daardoor blijven ze tot dan over voldoende middelen beschikken, zodat klanten zeker aan hun geld kunnen. Maar oninbare leningen ter waarde van ongeveer 360 miljard euro vormen een gigantisch probleem, de herkaptalisatie van de banken is cruciaal. Idem voor een herstructurering van de sector. Want de voorzichtigere kredietverlening zet een rem op het herstel van de investeringen en beperkt de economische groei. Daarom is het reddingsfonds van 20 miljard euro een stap in de

juiste richting. Zo krijgt de bankensector weer ademruimte."

Riskeert Italië het scenario van landen als Spanje of Griekenland?

Marleen Verstreken: "Het klopt dat Italië flinke klappen incasseert, maar de situatie is van een totaal andere orde dan bijvoorbeeld Spanje of Griekenland. De doorsnee Italiaan spaart veel en heeft een aardige som op de bank. Laat ons niet uit het oog verliezen dat Italië een economische wereldmacht is, nummer acht in de wereld. Binnen de eurozone is het de op twee na grootste economie. Het land kent grote welvaart. En dat ondanks vele decennia politieke onzekerheid. In juni opent KBC trouwens opnieuw een vestiging in Milaan, wat interessant kan zijn voor Vlaamse ondernemers die geen vertrouwen hebben in de Italiaanse bankensector. De Belgische banken hadden alle kantoren gesloten, nu keert KBC op die beslissing terug.

Een nijpender probleem is de torenhoge werkloosheid, zeker bij de jongeren: in december 2016 een dramatische 40,1%. Volgens een maatregel van de vorige regering kan een werkgever een personeelscontract slechts 1 keer verlengen. Daarna moet hij de werknemer vast in dienst nemen. Maar in Italië is iemand ontslaan bijzonder moeilijk, een vast contract is haast voor het leven. Daardoor krijgen veel jongeren na 2 jaarcontracten de bons. Italië kent geen sociale zekerheid, daar vormt de familie het opvangnet. Dus blijven jongeren lang thuis wonen, trouwen ze laat, hebben ze later kinderen.

Ik zie het ook in mijn persoonlijke omgeving. Vele jonge universitairers, er bestaan hier geen hogescholen, zijn werkloos. Soms mogen ze als stagiair aan de slag voor enkele honderden euro per maand, dat grenst echt aan misbruik. Bovendien is onderwijs in Italië betalend, waardoor opnieuw de familie opdraait voor de

kosten. Logisch dat veel jongeren naar het buitenland trekken. In 2015 waren dat er 40.000. Die braindrain is nefast voor de toekomst van een land."

\\ In het zuiden is een levendige creatieve en hightechnologische start-upscene ontstaan, waarvoor steunmaatregelen bestaan via Europese, regionale en lokale fondsen. Jongeren creëren er gewoon zelf hun job \\

Sophie Massagé

Sophie Massagé: "Er zijn wel enkele maatregelen die de braindrain moeten stoppen, zoals het verhogen van onderzoeksbeurzen en belastingvoordelen voor jonge hoogopgeleiden die na hun studies in het buitenland terugkeren naar hun heimat. Wel een interessant fenomeen in het zuiden: daar is een levendige creatieve en hightechnologische start-upscene ontstaan, waarvoor steunmaatregelen bestaan via Europese, regionale en lokale fondsen. Jongeren creëren er gewoon zelf hun job.

Tot slot zetten ook de migratiecrisis, de strijd tegen het terrorisme en de aardbevingen in Centraal-Italië in 2016 en 2017 het land onder grote financiële en sociale druk. Vorig jaar verwerkte Italië een instroom van zo'n 180.000 migranten, vooral vanuit Libië over de Middellandse Zee. De Italiaanse bevolking wil solidariteit van de EU-lidstaten bij de opvang van de vluchtelingen, maatregelen om de economische crisis te beëindigen en een daadkrachtige aanpak van de hoge werkloosheid."



Made in Italy

Sinds de eeuwwisseling is de Italiaanse economie bijna niet gegroeid. Over het hele jaar 2016 groeide het bbp met slechts 0,8%. Dat lichte herstel was hoofdzakelijk op rekening van de export te schrijven. De Italiaanse economie wordt vooral gedreven door de productie van hoogwaardige consumptiegoederen door kmo's, meestal familiebedrijven.

Welke sectoren zijn de sterkhouders van de Italiaanse economie?

Sophie Massagé: "De belangrijkste sectoren van de Italiaanse economie zijn de groot- en detailhandel, logistiek, transport, horeca en de industrie. Italië doet het uitstekend in de traditionele 'Made in Italy'-sectoren: textiel, kleding, schoe-

\\ **Vlaamse producten en diensten worden in Italië even hoog ingeschaald als Duitse, namelijk betrouwbaar en van topkwaliteit** \\

Marleen Verstreken

nen, meubels en de nautische sector. Maar het land biedt meer dan mode, design en voeding. Italië is ook een wereldwijde topspeler in de machinebouw, de elektromechanische industrie, de robotica, motorvoertuigen, kunststoffen en petrochemische technologie. Ik zie daar toch veel boeiende matches met Vlaanderens expertise en sterktes."

Hoe passen onze Vlaamse bedrijven nog in dit verhaal?

Marleen Verstreken: "Vlaamse producten en diensten worden in Italië even hoog ingeschaald als Duitse, namelijk betrouwbaar en van topkwaliteit. Italianen – bijna 60 miljoen inwoners, erg koopkrachtig – zijn bereid om veel te spenderen aan kwaliteitsvoeding. Alles wat bio en organisch is, zit in de lift. Ook de groeiende markt van singles biedt mooie kansen. Sowieso wonen Italianen kleiner, alles om de beschikbare woonruimte te optimaliseren, scoort. Voorts wint de seniorenmarkt aan belang. Serviceflats bestaan niet in Italië, woonzorgcentra zijn in oude staat. Traditioneel vangt de familie op, maar tegenwoordig moeten ook Italianen langer werken, waardoor dat alsmat minder evident wordt.

Sophie Massagé: "Daarnaast biedt ook de Italiaanse farmaceutische industrie, de op drie na grootste in Europa, mogelijkheden aan Vlaamse bedrijven die met hun producten of technologie de Italiaanse markt willen betreden. Vooral diergeneeskundige, fytotherapeutische en tandheelkundige producten maken kans. Vlaamse medtech en innovatieve technologieën voor e-health vinden zeker opportunititeiten in Italië.

Tot slot nog veelbelovend is de maritieme sector. Italië vormt een natuurlijke hub in de Middellandse Zee en ligt in het centrum van de route Azië-Europa. Maar die strategische ligging blijft onderbenut. Door de inefficiëntie van het huidige logistieke systeem ziet het land jaarlijks minstens 50 miljard euro aan zich voorbijgaan. Het Nationaal Strategisch Plan van de Havens en de Logistiek – dat de havens wil laten aansluiten op spoor, weg en logistieke platformen – kan de Vlaamse expertise in intermodaliteit uitermate goed gebruiken."

\\ **Het Nationaal Strategisch Plan van de Havens en de Logistiek – dat de havens wil laten aansluiten op spoor, weg en logistieke platformen – kan de Vlaamse expertise in intermodaliteit uitermate goed gebruiken** \\

Sophie Massagé

“Iedereen vond dat ik zand probeerde te verkopen in de woestijn”

Het Wase Lumatop kan nog niet uitpakken met vele bedrijfsjaren op de teller. Wél met een uniek product: een sprankelende 100%-Chardonnaywijn met natuurlijke essence van Belgische chocolade. Dankzij een non-alcoholische variant is de bruisende drank ook een hit in het Midden-Oosten. In totaal exporteert Lumatop naar 46 landen. Recent is Lumatop Italia boven de doopvont gehouden. Zaakvoerder Tom De Bruyn vertelt enthousiast over zijn Italiaanse ervaring.

“Vijf jaar geleden gaf ik mijn job op om Lumatop in de wereld te zetten. Mijn vrienden hebben daar luidop vraagtekens bijgezet, maar ik moest springen of niet. Vandaag ben ik ontzettend blij dat ik het heb gewaagd.”

Een jaar intensieve voorbereiding

“In januari 2016 trok ik voor het eerst op prospectiereis naar Italië. Dankzij FIT had ik die week een goedgevuld b2b-afsprakenprogramma en leerde ik mijn huidige twee partners kennen. Daarna volgde een eerste test op een vakbeurs in Milaan. Dat bleek een zodanig succes dat we een extra pallet moesten laten overkomen. Eind december stonden we op Fiera dell'Artigianato, de grootste beurs voor ambachtsslui. Daar konden zo'n 3,5 miljoen bezoekers ons product ontdekken. Ook hebben we het geluk gehad om een paar populaire events te mogen sponsoren, zoals de opening van de Rubens-expo in het Palazzo Reale. Een investering, maar tegelijk is het een unieke gelegenheid om je product in de kijker te zetten. Die publiciteit kost je anders jaren, zeker in Milaan. Na alle uitstekende kritieken, hebben we beslist om in januari 2017 Lumatop Italia op te richten.”

Uitermate dankbaar

“Ik heb grondig geluisterd naar het advies van Marleen. Sowieso heb ik veel te danken aan FIT. Zonder die ondersteuning was ik met Lumatop nooit de grens over geraakt. In een onbekende markt kunnen rekenen op

een expert ter plaatse helpt je ontzettend vooruit. In Italië bijvoorbeeld, is de manier van zakendoen compleet anders, zelfs binnen het land zelf. In het noorden, midden en zuiden geldt een andere ingesteldheid. Wel algemeen geldt dat je Italiaans moet spreken of een tolk moet meebrengen. Maar beter is om het zo snel mogelijk zelf te leren.”

Verkooppunt zorgt voor sneeuwbaaleffect

“Met ons product moeten we overal hordes nemen, want eigenlijk brengen we het brein van onze consumenten in verwarring. Die herkent wel het product – bubbels – maar proeft iets anders – chocolade. Sommige landen zijn daar nog niet klaar voor. Italië gelukkig wel, alhoewel het ook daar vechten is. Ze produceren er namelijk zelf uitstekende wijn en chocolade. Iedereen vond dat ik zand probeerde te verkopen in de woestijn. Maar het trendy Milaan staat erg open voor innovatieve producten, in Rome verloopt het bijvoorbeeld moeizamer.

Elke maand ben ik minstens een week in Italië. We nemen er deel aan zo veel mogelijk b2c-beurzen. Ons product heeft veel uitleg nodig en zo kom je rechtstreeks in contact met je klanten. Dat een consument naar je producten vraagt, is de gedroomde marketing. Zo liggen we nu in pop-upstores, delicatessenzaken, de betere patisserie-winkels; niet in de gewone supermarkt. En elk nieuw afzetpunt zorgt voor een sneeuwbaaleffect. Hopelijk slaat ons volgende product er even goed aan: olijfolie met goud in.”

Welke producten of diensten maken op voorhand minder kans?

Marleen Verstreken: "Kleding is in het algemeen moeilijk. 'Made in Italy' is erg belangrijk voor een Italiaan. Dat label duidt producten aan die volledig ontworpen, vervaardigd en verpakt zijn in Italië. Er bestaan 232 typische 'Made in Italy'-gebieden met gespecialiseerde productiesystemen of districten. Daarin verzamelen bedrijven die dezelfde of aanverwante producten maken en zo een hele productieketen dekken. Die districten spelen een belangrijke rol in de nationale economie met ongeveer een kwart van het bnp en als werkgever voor ongeveer 20% van de beroepsbevolking. Wel staan ze open voor het vormen van joint ventures en netwerken met buitenlandse partners, dus op die manier kan je toch ingang vinden."

\\ **Vertrouw tijdens je voorbereiding niet op een eerste contact via de telefoon. Zelden zal de receptioniste je doorverbinden met de manager.** //

Sophie Massagé

Hoe betreedt een Vlaamse ondernemer het best de Italiaanse markt?

Sophie Massagé: "Het kan rechtstreeks, maar dan is het essentieel dat je de markt zelf grondig kent. Alleen zo krijg je een realistisch beeld van je exportmogelijkheden. Italië kent immers grote economische en culturele verschillen. Beslis in welke regio je moet zijn: in het noorden van het land zijn alle aankoopcentrales gevestigd. Daar draait de economische en industriële motor van het land. Het centrum en het zuiden huisvesten vooral de dienstverlening, openbare nutsbedrijven en kenniscentra. De industriële districten of regionale bedrijvenclusters die opereren binnen eenzelfde sector zijn een interessant aanknopingspunt. Vertrouw tijdens je voorbereiding niet op een eerste contact via de telefoon. Zelden zal de receptioniste je doorverbinden met de manager, het leeuwendeel van promotionele mails wordt ongeopend verwijderd. Wettelijk is het zelfs verboden om mails en faxen te versturen zonder voorgaande toestemming."

Marleen Verstreken: "Vakbeurzen bezoeken is

een nuttige eerste stap. Online levert inderdaad weinig goede resultaten op, persoonlijk contact blijft belangrijk. Als je via een tussenpersoon werkt, is in Italië de handelsagent het antwoord. De hele markt is erop gebaseerd. In sommige sectoren kan je zelfs niet zonder, omdat zij hun weg doorheen de logge bureaucratie vinden. Ook beschikken de agenten die vaak met overheidsinstellingen werken over inside information, zodat je sneller en correcter je prijszetting kan maken. Hou er overigens rekening mee dat de betalingstermijn tot 120 dagen kan oplopen in Italië, dus dat zal invloed hebben op je offerte. Wat het vinden van een goede agent bemoeilijkt, is het ontbreken van een agentenrepertorium. FIT kent er ondertussen gelukkig veel en helpt je graag. Vaak worden agenten geronseld op specifieke vakbeurzen. De beurs Forum Agenti, jaarlijks in november, is er helemaal aan gewijd en vormt de gelegenheid bij uitstek om Italiaanse handelsagenten te ontmoeten. FIT Milaan zal hier trouwens dit jaar een groepsstand organiseren."

Hoezeer verschilt de Italiaanse manier van zakendoen van de onze? Wat doen de Vlaamse ondernemers beter niet of net wel?

Marleen Verstreken: "Het klinkt als een evidentie, maar klaag niet over de maffia. Meer zelfs, mijd het topic. En nog een cliché dat de wereld uit moet: het werkritme ligt hier hoog. In de meeste bedrijven worden wekelijks meer dan 40 uren geklopt. De avondspits start hier pas vanaf half zeven. Denk ook niet dat je het hier in het Engels redt. De hoofdkopers van grote multinationals spreken vaak geen Engels."

\\ **Als je via een tussenpersoon werkt, is in Italië de handelsagent het antwoord. De hele markt is erop gebaseerd.** //

Marleen Verstreken

Sophie Massagé: "Ook al kunnen Italianen zich soms frivool gedragen, laat je niet misleiden. Ze hebben een aangeboren gevoel voor ondernemen. In de cultuur, maar ook in de zakenwereld is 'fare bella figura' belangrijk. Zorg ervoor dat je kleding tiptop is: van een goede kwaliteit, met een scherpe snit en assorti. Onderhandelingen worden beschouwd als een onderdeel van het plezier om zaken te doen. Belangrijk is

dat je je Italiaanse gesprekspartner het gevoel geeft dat hij belangrijke toegevingen heeft gekregen, liefst grotere dan hij verwachtte. Hou dus altijd iets achter de hand. Tot slot, trek niet op zakenreis naar Italië in augustus, dan zijn veel bedrijven gesloten. September is ook geen goede periode, aangezien iedereen dan terug opstart. Maar daarbuiten: neem contact op, we verwelkomen en ondersteunen je met plezier."

\\ **Denk niet dat je het hier in het Engels redt. De hoofdkopers van grote holdings spreken vaak geen Engels.** //

Marleen Verstreken

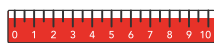
FIT-ACTIES VOOR ITALIË IN 2017

- Multisectorale groepszakenreis 'Italië – Lombardia' – van 19 tot 22 juni 2017 – Ontdek uw mogelijkheden in het noorden van Italië. FIT verzorgt uw afsprakenprogramma op maat.
- Contactdag Italië – tussen 7 en 14 november 2017 – ontmoet de FIT-experts uit Milaan en Rome – verschillende locaties in Vlaanderen – in samenwerking met UNIZO en Voka.
- Groepsstand op Forum Agenti in Milaan van 23 tot 25 november 2017

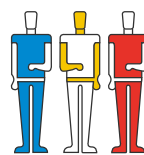
INTERESSE IN EEN SPECIFIEKE ITALIAANSE SECTOR?

Lees onze marktstudies op www.flanderstrade.be en ontdek het potentieel voor uw onderneming. U ontdekt er trends, belangrijke spelers en nuttige instanties in verschillende sectoren, zoals de grootdistributie, de gezondheidszorg, voeding en dranken en textiel.

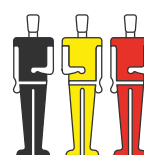
FACTSHEET ITALIË



OPPERVLAKTE
301.277 KM²



AANTAL INWONERS
60,7 MILJOEN (2016)



AANTAL BELGEN
ingeschreven in
Rome: 7.569 (januari 2016)



OFFICIËLE TAAL
ITALIAANS



MUNTEENHEID
EURO



Italië is 's werelds grootste
producent van kiwi's, kaviaar en
wijn; en beschikt over het meeste
erfgoed ter wereld (Unesco).

Ease of doing business index



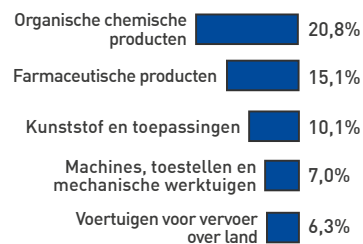
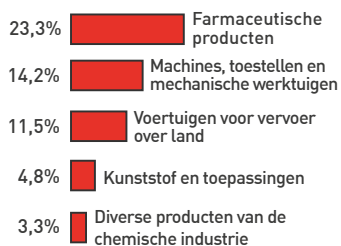
Politiek risico



Commercieel risico (van A tot C)



Vlaamse export naar Italië: € 15,03 miljard (2015)



MEER WETEN OVER ZAKENDOEN IN ITALIË?

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.

Vlaamse import uit Italië: € 7,98 miljard (2015)

CityDepot en InCampagna: de perfecte internationale match

Dankzij de Partnering Opportunities Database van het Enterprise Europe Network



Uit de Partnering Opportunities Database, een bron van het Enterprise Europe Network met samenwerkingsvoorstellen van buitenlandse bedrijven, kunnen mooie internationale business-partnerships ontstaan. Zoals die tussen het Italiaanse voedingsbedrijfsnetwerk InCampagna en de Vlaamse stadsdistributiespecialist CityDepot, twee ambitieuze innovators.





CEO Marc Schepers (links) en accountmanager Bart Vandaele van CityDepot voor hun gloednieuwe magazijn van 2.500 m² in Hasselt.

Ruim vijf jaar geleden richtten enkele Siciliaanse landbouwondernemingen en voedingsfabrikanten het bedrijvennetwerk InCampagna op. Daarmee wilden ze hun verse producten rechtstreeks aan detailhandelaars en consumenten verkopen. Het contact met de klanten verloopt via een goed uitgebouwde website. Het vernieuwende businessmodel sloeg aan in het thuisland. Geen wonder dat de innovatieve onderneming haar pijlen al snel op het buitenland richtte.

Zoektocht naar een internationale partner

Om zijn producten optimaal bij buitenlandse klanten te leveren, had InCampagna een efficiënte en betrouwbare logistieke partner nodig. Hij moest ook veel belang hechten aan customer care en ecologische duurzaamheid. Op zoek naar de juiste dienstverlener, klopte het bedrijvennet aan bij ARCA, een Italiaanse partnerorganisatie van Enterprise Europe Network. Anna Sangiorgi, adviseur bij ARCA, stelde samen met InCampagna een profiel en

een voorstel voor internationale samenwerking op in de Partnering Opportunities Database van het netwerk. Die staat boordevol concrete businessideeën van buitenlandse bedrijven.

“InCampagna verkoopt verse voedingswaren rechtstreeks aan detailhandelaars en consumenten, CityDepot levert ze efficiënt en ecologisch in de stad”

Innovators vinden elkaar

Het zakenvoorstel van InCampagna werd in België opgepikt door Eddy Vanschoonbeek, de contactpersoon van het Enterprise Europe Network voor de Limburgse ondernemers. Hij klopte op zijn beurt met het idee aan bij Marc Schepers, de CEO van CityDepot, die meteen geïnteresseerd was.

Zijn bedrijf is gespecialiseerd in slimme en duurzame stadsdistributie. Bij de opstart in 2011 was CityDepot enkel actief in Hasselt. Maar

sinds 2015 werkt de onderneming samen met bpost, en zet ze reuzenstappen vooruit. Zo steeg het aantal medewerkers van 5 naar 40. De verwachte omzet zou in 2017 verdubbelen tot nagenoeg 5 miljoen euro. Het bedrijf is al in 8 grote Belgische centrumsteden actief.

Efficiënte leveringen in de stad

CityDepot slaat de goederen die handelaars uit een stad bestellen op in magazijnen in de stadtrand. Van daaruit leveren koeriers de producten in de kleine steegjes en winkelwandelstraten, met cargobikes en elektrische bestelwagens. Ze bezorgen meteen alles wat de handelaar bij de aangesloten leveranciers aankocht, zodat hij maar een keer wordt gestoord. Bij het vertrek nemen de medewerkers van CityDepot de postpakketten en het oude papier, karton en glas mee.

Dankzij deze aanpak verlopen bestellingen veel vlotter. Bovendien hoeven de grote distributievrachtwagens de laatste kilometers tot de handelaar niet meer af te leggen, waarmee ze de meeste tijd verliezen. Ook rijdt er minder zwaar verkeer door de stadscentra.

Vlotte samenwerking

Toen InCampagna werd ingelicht over de interesse van CityDepot, sloeg de vonk gauw over bij het Italiaanse bedrijf. Binnen de week ontving Marc Schepers via het Enterprise Europe Network Vlaanderen de nodige contactgegevens. Dezelfde dag nog vertrok de eerste e-mail naar Sicilië, en het klikte snel.

"Zo werd InCampagna onze eerste buitenlandse klant", vertelt Bart Vandaele, accountmanager bij CityDepot. "Onze contactpersoon, een jonge boer, verzorgt het transport van Italië naar hier. Wij regelen dan alles in België. Binnen de 24 uur staan de verse producten bij de klant."

\\ Zoekt u een buitenlandse businesspartner? Raadpleeg zeker de Partnering Opportunities Database \\

Sterk geloof in de toekomst

De Italiaanse contactpersoon van CityDepot komt geregeld naar Brussel om de samenwerking in detail te bespreken. "We werken beiden op een nieuwe manier, daarin hebben we elkaar gevonden", vervolgt Bart Vandaele.

"Tot hertoe is de omzet voor CityDepot nog vrij

beperkt. Een online business heeft tijd nodig om te groeien. Maar het aantal grote afnemers in België groeit gestaag en we geloven heel sterk in dit verhaal."

Nog meer inspiratie tot samenwerking

"Als buitenlandse bedrijven hier iets willen doen, bieden we graag onze unieke oplossingen aan. Daar winnen we immers beiden bij", besluit Marc Schepers, de CEO van CityDepot. "De diensten van het Enterprise Europe Network Vlaanderen komen dus zeker nog van pas in de toekomst."

Maak uw internationale ambities waar

Bent u op zoek naar een internationale businesspartner? Misschien vindt ook u hem in de Partnering Opportunities Database. Deze vrij toegankelijke databank bevat recente voorstellen voor grensoverschrijdende samenwerking, van meer dan 6.000 bedrijven wereldwijd.

Als u een aanbod interessant vindt, contacteert Enterprise Europe Network Vlaanderen het buitenlandse bedrijf via de partnerorganisatie ter plaatse. Is de interesse wederzijds, dan ontvangt u de nodige contactgegevens en kan u de internationale samenwerking verder bespreken.

U kan ook zelf een voorstel in de databank plaatsen. De medewerkers van Enterprise Europe Network Vlaanderen en FIT bekijken samen met u of deze mogelijkheid voor u geschikt is. Indien ja, stellen jullie de tekst ervoor samen op. Tegelijk bekijkt de expert met u ook de andere mogelijkheden die de dienstverlening door Enterprise Europe Network en FIT u kan bieden.



VIND UW BUSINESSPARTNER MET ONZE HULP

Raadpleeg de databank nu via www.enterpriseeuropenvlaanderen.be/zakendoen-in-europa. Of neem contact op met onze specialisten voor meer hulp:

- Eddy Vanschoonbeek
van Enterprise Europe Network Vlaanderen,
via: 0473 62 41 72 of eddyvanschoonbeek@vlaio.be
- Sophie Rottiers van FIT,
via: 02 504 88 76 of sophie.rottiers@fitagency.be

Lees ook meer over de databank in Wereldwijs oktober 2016. U vindt deze terug op www.flandersinvestmentandtrade.com/export/magazine-internationaal-ondernemen



6.000

DAT IS HET AANTAL RECENTE INTERNATIONALE BUSINESS-VOORSTELLEN DAT U IN DE PARTNERING OPPORTUNITIES DATABASE VINDT.

Wat vindt u van Wereldwijs? Laat uw stem horen!

Wereldwijs zet in het najaar tien kaarsen op zijn verjaardagstaart. Door de jaren heen onderging het magazine vele veranderingen, zowel inhoudelijk als qua lay-out. Die aanpassingen zijn telkens gebaseerd op de feedback van de lezers, niet op wat we zozeer zelf willen brengen.



Nu is het tijd voor een nieuwe evaluatie. En die maakt u. Binnenkort krijgt u als abonnee van Wereldwijs een mail van marktonderzoeksbureau Ipsos toegestuurd met link naar ons lezersonderzoek. Daarin kan u tussen half maart en half april uw stem – anoniem – laten horen. Vertel ons wat u goed vindt, liever anders ziet of wat u graag zou willen lezen in dit magazine. Met deze resultaten gaan wij dan aan de slag, dat beloven we u.

Alvast bedankt voor uw medewerking!

**U LEEST GEREGELD WERELDWIJS, MAAR U HEEFT EIND MAART
NOG GEEN UITNODIGINGSLINK ONTVANGEN?**

CHECK UW SPAMFOLDER.

NOG ALTIJD NIETS?

LAAT HET ONS WETEN OP

wereldwijs@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.

Zuid-Afrika

8 tot en met 16 maart 2017

Leuven, Brugge, Gent, Hasselt en Geel
 Inschrijven? Tot 5 maart 2017 op
www.flanderstrade.be

VS en Canada

22 tot en met 29 maart februari 2017

Hasselt, Antwerpen, Kortrijk, Gent en Vilvoorde
 Inschrijven? Tot 19 maart 2017 op
www.flanderstrade.be

Frankrijk

19 tot en met 26 april 2017

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

Buildexpo Africa Nairobi

20 tot en met 22 april 2017

BuildExpo Africa is de grootste bouw- en constructiebeurs van heel oostelijk Afrika met professionele bezoekers uit het hele continent. Stel er gratis uw productcatalogi voor via de onthaalstand van FIT.

INSCHRIJVEN? Tot en met 20 maart op www.flanderstrade.be

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

The Hotel Show Dubai

18 tot en met 20 september 2017

The Hotel Show is de belangrijkste hotel- en hospitalitybeurs in het Midden-Oosten en Noord-Afrika. Stel er uw producten en diensten voor op ons paviljoen tegen een gunstige prijs.

INSCHRIJVEN? Tot en met 31 maart op www.flanderstrade.be

CONTACT? Jan Huysentruyt op 02 504 88 06 of
jan.huysentruyt@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

Prinselijke missie Zuid-Korea Busan en Seoel

10 tot en met 17 juni 2017

Ontdek de kansen voor uw bedrijf in Zuid-Korea tijdens deze prinselijke missie onder leiding van prinses Astrid. Ontmoet nieuwe zakenpartners, onderhoud bestaande relaties en neem deel aan diverse officiële events, met de ondersteuning van FIT. De Vlaamse delegatie wordt geleid door Philippe Muyters, Vlaams minister van Werk, Economie, Innovatie en Sport.

Zuid-Korea is de op drie na grootste economie in Azië en maakt deel uit van de G20 als dertiende grootste economie ter wereld. Het land heeft een open, hoogtechnologische, geïndustrialiseerde economie en zeer hoge urbanisatiegraad. Een gestage groei van 2,6 à 3% per jaar, een relatief rijke bevolking van 50 miljoen consumenten, en een vrijhandelsakkoord tussen de EU en Zuid-Korea zijn factoren die van Zuid-Korea een aantrekkelijke exportbestemming maken. In de 'Ease of doing business'-ranking van de Wereldbank staat het land op plaats 5. Zuid-Korea is de op 8 na grootste importeur ter wereld, en staat op plaats 6 in de ranglijst van grootste exporteurs.

Kansen zijn er in de sectoren IT, ICT, medische technologie, biotech, voeding en dranken, zware industrie, maritieme sector en logistiek.

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 maart 2017 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Michèle Surinx op 02 504 87 91 of michele.surinx@fitagency.be

Zakendoen met Airbus Brussel

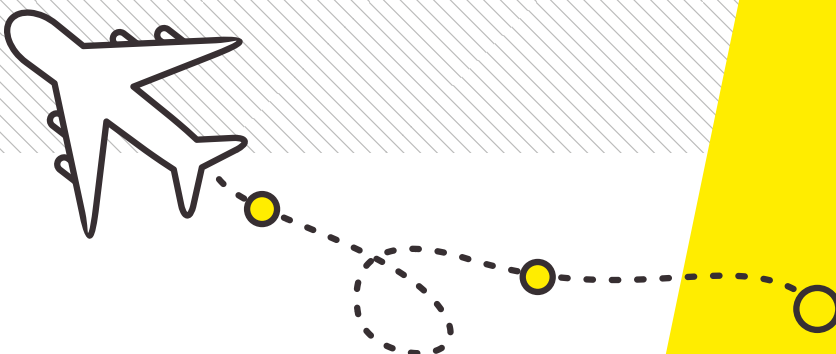
23 maart 2017

De vertegenwoordiger van Airbus brengt actuele informatie over toeleveren aan Airbus.

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

CONTACT? Marnix Bierlin op 02 504 743 of marnix.bierlin@fitagency.be

SEMINARIE



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

Antwerpen > 03 260 87 22
antwerpen@fitagency.be

Limburg > 011 29 20 80
limburg@fitagency.be

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

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

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



Vlaanderen
is Internationaal Ondernemen



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

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

WWW.FLANDERSTRADE.BE