

wereld WIJS

92
12\2016



**Nutriquine,
wereldspeler in paardenvoeding**

Zet uw focus scherp op Zuid-Afrika



04

In gesprek met **Nutriquine**

Zakendoen in Zuid-Afrika



11

16 Duurzaam ondernemen in ontwikkelingslanden

en verder ...

3 Edito \ **8** Marktinformatie \ **10** Intussen ... \ **19** Erasmus for Young Entrepreneurs \ **22** Kalender

“We houden de vinger aan de pols in de VS”

Beste lezer,

Op het moment dat ik dit schrijf, heeft Donald Trump net de presidentsverkiezing gewonnen. Hij wordt de nieuwe leider van de VS, 's werelds grootste economie. Voor velen kwam de uitslag als een donderslag bij heldere hemel. Een storm van reacties volgde. Ook doken meteen heel wat vragen op van bedrijven. Want aangezien president Trump een meer protectionistische koers wil varen, zal dat een impact hebben op de wereldhandel.

Hoe zwaar dat nieuwe Amerikaanse bewind zal wegen, is momenteel nog koffiedik kijken. Wel staat vast dat de wereldeconomie niet plots tot een halt zal komen. Daarnaast zullen ook de handelsrelaties tussen Vlaanderen en de VS blijven bestaan. Business goes on, zoveel is zeker, maar er zullen evenzeer verschuivingen zijn. FIT volgt de situatie op de voet en signaleert meteen relevante nieuwigheden. In Wereldwijs februari 2017 brengen we een uitgebreid dossier over zakendoen in de VS. Dat daarin het nieuwe presidentschap een onderwerp zal zijn, spreekt voor zich.

Maar voor het zover is, wacht ons nog de eindejaarsperiode. Het is een tijd waarin we automatisch terugblikken, evalueren en goede voornemens maken. Voor FIT was 2016 een uitstekend jaar, met Vlaamse exportcijfers die opnieuw tegen recordhoogtes aanleunden. Ook voor onze organisatie was het een memorabel jaar met onze allereerste Exportbeurs, een felgesmaakt event. Hopelijk inspireert het ook andere ondernemers om deel te nemen aan onze exportaward de Leeuw van de Export, want binnenkort start alweer de zoektocht. Wie volgt in 2017 de huidige winnaars Aucxis en MediaGeniX op?

Uit naam van alle medewerkers van FIT beloof ik dat we ook in 2017 ons uiterste best zullen doen om u te helpen bij uw internationaliseringsproces, waar ook ter wereld. Met diepgaande kennis, ons brede netwerk en bijzonder veel enthousiasme. Dit goede voornemen houden we vol en zullen we waarmaken. Daar mag u van op aan, dus aarzel vooral niet om er gebruik van te maken!

Ik wens u prettige eindejaarsfeesten en veel leesplezier.

Claire Tillekaerts
Gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade



Colofon

Wereldwijs is een uitgave van

Flanders Investment & Trade

Koning Albert II-laan 37
1030 Brussel
T 02 504 87 11
www.flandersinvestmentandtrade.be
wereldwijs@fitagency.be
 www.linkedin.com/groups
 twitter.com/FlandersTrade

Verantwoordelijke uitgever:

Claire Tillekaerts
Koning Albert II-laan 37
1030 Brussel

Redactie:

Flanders Investment & Trade,
bijgestaan door Com&Co,
bureau voor contentcreatie en -strategie.

Foto's: imagedesk.be, Luk Monsaert en Shutterstock

Lay-out en druk: Vanden Broele Productions

Overnemen of vermenigvuldigen van artikels
is uitsluitend toegestaan met vermelding van bron
(bron: Wereldwijs/Flanders Investment & Trade).

Wereldwijs wordt gratis verspreid onder bedrijven.

Wenst u een exemplaar?

Stuur een mail naar wereldwijs@fitagency.be met uw adresgegevens.





Nutriquine: passie voor paarden

Niet alleen onze Belgische Warmbloedpaarden gooien internationaal hoge ogen, ons land huisvest met Nutriquine ook een heuse paardenvoedingsspecialist. Op een kwarteeuw tijd schopte deze Drongense kmo het tot wereldspeler met een klantenportefeuille om u tegen te zeggen. CEO en stichter Peter Bollen en managing partner Lieselot Hamerlinck stappen vliegtuig op en af om hun passie kracht bij te zetten: “netwerking is het toverwoord”.

Voor het prille begin van Nutriquine moeten we terug naar eind jaren 80. Toen studeerde Peter Bollen af als landbouwingenieur. Hij had een passie voor paarden – al sinds zijn prille jeugd deed hij aan showjumping – en schreef zijn eindverhandeling over het voederen van sportpaarden.

Toch niet zo gek

“Ik probeerde aan te tonen dat een dieet met weinig proteïnes en veel plantaardige oliën beter was voor het metabolisme dan het toen heersende voedingsadvies dat net het omgekeerde voorschreef”, legt hij uit aan Karla Laheye, adviseur Internationaal Ondernemen van ons provinciaal kantoor Oost-Vlaanderen. “Mijn promotor verklaarde me voor gek, maar jaren later bewezen studies dat ik het wel degelijk bij het rechte eind had.”

In de hoop om van zijn passie voor paarden en hun voeding zijn beroep te kunnen maken, solliciteerde hij bij de Drongense dierenvoedingsproducent Vitamex, het huidige Nuscience. “Vitamex was gespecialiseerd in premixen, concentraten en supplementen voor varkens, kippen en runderen. Maar de zaakvoerder, Patrick Keereman, deelde mijn interesse en was

bereid om samen een gamma op de markt te brengen voor paarden.”

Onder de naam Cavalor ontwikkelde Vitamex een eerste zogeheten premix om paardenvoer mee te verrijken: een mengsel van een vitamine-rijk mineraalconcentraat en andere ingrediënten. In de jaren daarna breidde het assortiment van premixen en voedingssupplementen stelselmatig uit en kreeg het merk ruimere bekendheid in de paardensportwereld.

Kieskeurige dieren

Karla Laheye: “In 2003 scheidden de wegen van Vitamex en Cavalor. Hoe kwam dat?”

Lieselot Hamerlinck: “Vitamex richtte zich uitsluitend op een b2b-publiek. Cavalor, daarentegen, hanteerde hoofdzakelijk een b2c-marketingstrategie. Onze klanten zijn topsportstallen, maar ook de brede laag daaronder van semi-professionals en amateurruiters.”

Peter Bollen: “Toen de holding boven Vitamex in 2001 in slechte papieren zat en de directie een managementbuy-out voorbereidde, besloot ik om samen met twee investeerders de activiteiten rond paarden uit te kopen uit Vitamex. Zo zag Nutriquine in 2003 het levenslicht. In dat jaar kwam ook Lieselot aan boord.”

Karla Laheye: “Zijn de banden met Vitamex, het huidige Nuscience, sindsdien helemaal doorgeknipt?”

Peter Bollen: “Zeker niet. Nuscience staat nog altijd in voor een flink deel van onze productie, we maken gebruik van hun labofaciliteiten en soms doen we een beroep op hun expertise inzake productontwikkeling.”

Lieselot Hamerlinck: “We ontwikkelen bijvoorbeeld samen testbatches van een paar honderd kilo om veldtesten uit te voeren in een aantal stoeterijen. Die zijn een absolute must om aan te tonen dat het product zijn werk doet en dopingvrij is, maar ook omdat paarden heel kieskeurige dieren zijn. Je supplement mag nog zo doeltreffend zijn, als het paard er zijn neus voor optrekt, ben je eraan voor de moeite.”

Testen als een geneesmiddel

Karla Laheye: “Hoe belangrijk is Onderzoek & Ontwikkeling voor Nutriquine?”

Peter Bollen: “In vergelijking met onze voornaamste concurrenten investeren wij veel meer in fundamenteel onderzoek. We zetten studietrajecten op in samenwerking met universiteiten en kennisinstellingen wereldwijd. Ook voor de lancering van nieuwe producten in ons

gamma gaan we heel ver. Aan het supplement dat volgend jaar op de markt komt, bijvoorbeeld, werken we al zeven jaar. Het testtraject is vergelijkbaar met dat van een geneesmiddel."

Lieselot Hamerlinck: "Om die wetenschappelijke profilering te onderstrepen organiseren we tweejaarlijks een voedingscongres in samenwerking met de universiteiten van Gent, Utrecht, Wageningen en Luik. Ongeveer de helft van de aanwezigen daar zijn paardendierenartsen, de andere helft bestaat uit nutritionisten uit de voederindustrie en onderzoekers. Ook zij beschouwen ons als een expert ter zake en nemen onze adviezen ter harte. Zelfs onze concurrenten tekenen present op dat congres."

\\ Tweejaarlijks organiseren we een voedingscongres \\

Karla Laheye: "Zijn jullie producten ook gepatenteerd als geneesmiddelen?"

Peter Bollen: "We werken met enkele gepatenteerde ingrediënten, maar onze eindproducten patenteren we bewust niet, omdat we onze lijst met bestanddelen liever niet willen prijsgeven. Bovendien volstaat het om één ingrediënt te vervangen om juridisch gezien al een nieuw product te hebben."

Hamburgers en vitamientjes

Karla Laheye: "Sinds de eeuwwisseling brengt Nutriquine ook paardenvoer en zelfs verzorgingsproducten op de markt. Waarom die verbreding van het gamma?"

Lieselot Hamerlinck: "Wil je voor je klanten het expertisecentrum bij uitstek zijn, dan is een totaalpakket van voeding en supplementen onontbeerlijk. De supplementen zijn vooral van tel voor sportpaarden die moeten presteren, maar een evenwichtige dagelijkse voeding is cruciaal om het dier gezond te houden. Ter vergelijking: iemand die elke dag hamburgers met frieten eet, zal ook niet in conditie raken met alleen een extra vitamientje nu en dan."

Peter Bollen: "Die geïntegreerde aanpak onderscheidt ons trouwens van onze grootste concurrenten. Vandaag maken de paardenvoeders ongeveer 25% uit van onze omzet, de verzorgingsproducten zo'n 15%. Voor de productie en distributie van de voeders sloten we een strategisch partnership met fabrikant Versele-Laga."

Straffe zet

Karla Laheye: "Ging Cavalor vanaf dag één internationaal?"

Peter Bollen: "Ja, in een kleine niche als de onze is dat de enige mogelijkheid. Tegelijk is

de paardensport op zich heel internationaal georiënteerd. Sportpaarden en hun entourage trekken immers de wereld rond om wedstrijden te rijden. In onze branche is netwerking het toverwoord en ik maakte dankbaar gebruik van mijn contacten als ruiter. Zeker in de beginjaren ben ik op die manier veel distributeurs op het spoor gekomen, onder meer in het Midden- en Verre Oosten."

Lieselot Hamerlinck: "Peter had daar aanvankelijk één contactpersoon, maar vandaag distribueren we er in een rits landen. Peters volharding in het Midden-Oosten vind ik tot op vandaag een van de strafste zetten uit het bestaan van Nutriquine. Vijftien jaar geleden vond iedereen dat het verloren moeite was, maar Peter hield vol, omdat hij voelde dat er van alles op til was. En gelijk kreeg hij, de markt is daar de laatste 10 jaar werkelijk geëxplodeerd, we draaien er 15 à 20% van onze omzet."

Als een familiereünie

Karla Laheye: "In de beginjaren probeerden jullie zo veel mogelijk distributeurs warm te maken voor de producten van Cavalor. Is dat distributeursnetwerk vandaag nog altijd springlevend?"

Lieselot Hamerlinck: "Jazeker. Onze distributeurs zijn bijna allemaal kleine zelfstandigen die onze



—ID—

Bedrijf: Nutriquine

Sector: dierenvoeding en supplementen

Opgericht in: 2003

% van omzet 2015 gerealiseerd in het buitenland: 73%

Aantal medewerkers wereldwijd: 12

Hoofdkwartier: Drongen

Aanwezig in: 48 landen

producten rechtstreeks of via derden verkopen binnen hun land of regio. In de beginjaren, toen Cavalor nog maar weinig merkbekendheid had, kregen ze bijna altijd een exclusiviteitscontract.”

Peter Bollen: “Vandaag beseffen we dat dat misschien niet altijd de beste strategie was. Veel aanvragen lopen tegenwoordig rechtstreeks binnen via onze website. Bovendien zijn heel wat contracten met distributeurs ontstaan vanuit mijn persoonlijke netwerk binnen de jumpingwereld. Dus vandaag zetten die exclusiviteitscontracten soms een rem op onze business binnen andere disciplines, zoals endurance of de rensport.”

Karla Laheye: “Hoe zorgen jullie ervoor dat alle distributeurs mee zijn met de nieuwste inzichten rond de producten?”

Lieselot Hamerlinck: “Jaarlijks organiseren we een tweedaags evenement waarop we al onze distributeurs uitnodigen. Daar komen ze alles te weten over onze nieuwe producten in het gamma en krijgen ze technische, product-, sales- en marketingtraining. Maar er is ook volop ruimte om ideeën en ervaringen uit te wisselen, bijna als een familiereünie. Want niet alleen werkt elke markt anders, de noden van de paarden verschillen ook naargelang het klimaat, de vochtigheidsgraad, de aanwezige ruwvoerders enzovoort. Dankzij de tips die we opdoen tijdens deze jaarlijkse meeting, kunnen we daar maximaal op inspelen.”

Inzetten op bekendheid

Karla Laheye: “Hoe gaan jullie te werk om nieuwe markten te verkennen?”

Lieselot Hamerlinck: “Vandaag kiezen we heel gericht onze doelmarkten. Die onderwerpen we aan een analyse en we gaan ter plaatse de temperatuur opmeten. De eerste tien jaar, daarentegen, gingen we vooral opportunistisch te werk. Toen was het de bedoeling om zo veel mogelijk internationale bekendheid te geven. Zoals het gros van de exporteurs startten we binnen Europa. Nog onder de vleugels van Vitamex deden we al zaken in Italië, Griekenland, Frankrijk, Duitsland...”

Peter Bollen: “Rond de eeuwwisseling kwam daar dan het Midden-Oosten bij. Enkele jaren later maakten we de grote sprong naar de VS en tot slot was het Verre Oosten aan de beurt. Daar doen vooral Japan en Zuid-Korea het goed. Voorlopig zijn Australië, Nieuw-Zeeland en Zuid-Afrika nog blinde vlekken. Dat heeft vooral te maken met de importregelgeving. Ook in Latijns-Amerika hebben we geen distributeurs, maar we hopen dat we die markt de komende jaren kunnen bewerken vanuit ons verkoopkantoor in de VS.”

Logistiek huzarenstuk

Karla Laheye: “In de VS heeft Nutriquine een eigen verkooporganisatie in plaats van een distributeur. Waarom die uitzondering op de regel?”

Lieselot Hamerlinck: “Jaarlijks steken heel wat Amerikaanse ruiters de oceaan over om in Europa wedstrijden te rijden. Ze vroegen ons of we hen ook in hun thuisland konden bevoorraden met voeders, want onze mixen op basis van muesli waren veel smakelijker en kwalitatiever dan wat er lokaal beschikbaar was. We beseften dat dit een logistiek huzarenstuk zou worden, want ook binnen de VS zijn die toppaarden voortdurend op reis, dus hun voeding moet volgen. Toch besloten we onze kans te wagen en we richtten Cavalor North America op met een verkoopkantoor in Georgia.”

De eerste tien jaar gingen we vooral opportunistisch te werk

Peter Bollen: “Toch bleven vooral de grote volumes ons parten spelen. Waarop we beslisten om te investeren in lokale productiecapaciteit. Sinds 2012 draait onze fabriek er op volle toeren. En dankzij partnerships met Versele-Laga en de familie van Michael Pollard en Nathalie Bouckaert hebben we toegang tot lokale expertise en een distributienetwerk ter plaatse. Maar alles bij elkaar hebben we toch serieus wat leergeld betaald.”

Vijf jaar wachten

Karla Laheye: “In het Verre Oosten zijn vooral Zuid-Korea en Japan belangrijke afzetmarkten voor Nutriquine. Lonkt ook China?”

Peter Bollen: “We deden al enkele keren zaken in China en we hebben de markt ook al doorgelicht, maar voorlopig is ze voor ons nog té prematuur. Met uitzondering van Hongkong, waar de rensport erg populair is. De Chinezen zijn dol op paarden en enkele Belgische topsportstallen zijn er al actief, maar voldoende afzet voor onze voeders en supplementen is er voorlopig nog niet. Dus China is zeker een van dé markten van de toekomst voor ons, maar we keren er pas over een jaar of vijf terug.”

Karla Laheye: “Waar liggen de andere markten van de toekomst?”

Lieselot Hamerlinck: “Tot pakweg 5 jaar geleden groeiden we bijna uitsluitend door nieuwe exportbestemmingen toe te voegen aan onze portfolio, gemiddeld 10 tot 20% per jaar. Nu komt het er echter op aan om winst

te boeken door onze business te doen groeien in onze bestaande markten. Dat kan alleen door elke markt nog beter te doorgronden en lokale businessplannen op te zetten met onze distributeurs. Verder willen we vastere voet aan de grond krijgen in de andere takken van de paardensport, waaronder de race. En dan komen opnieuw landen als Hongkong, Australië, Nieuw-Zeeland of Zuid-Afrika in ons vizier. Er is dus zeker nog werk aan de winkel.”

In de VS hebben we serieus wat leergeld betaald

Veel meer dan targets

Karla Laheye: “Tot slot, wat waren de grootste hordes die jullie in al die jaren moesten nemen om Nutriquine internationaal op de kaart te zetten?”

Lieselot Hamerlinck: “Naast de vele verschillen in regelgeving, exportreglementering en etikettering is dat toch vooral de juiste distributiepartner vinden in een nieuwe exportmarkt. Dat is een werk van lange adem, soms weet je pas na drie jaar dat je het juiste vlees in de kuip hebt. Wij willen namelijk een echt partnership uitbouwen met hen, zodat we samen die expertrol kunnen realiseren. Het gaat dus over veel meer dan targets.”

Peter Bollen: De voldoening is zo groot als je merkt dat al die inspanningen vruchten afwerpen. Toen ik een paar jaar geleden in het Canadese Calgary in een taxi stapte, raakte ik aan de praat met de voorzitter van de Amerikaanse federatie. “Oh yes, from Cavalor”, zei de man toen ik mij voorstelde. Wat was ik fier dat ons merk aan de andere kant van de wereld een belletje deed rinkelen.”

KLAAR VOOR DE VOLGENDE STAP IN UW INTERNATIONALISERINGSPROCES?

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

Marktinformatie

Geregeld bundelen onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) de lokale zaken-
opportuniteiten in overzichtelijke marktstudies.
U kan ze allemaal lezen en downloaden op
www.flanderstrade.be, onder de rubriek 'Landen'.



The agricultural sector in Shanghai

Deze marktstudie geeft u een beknopte uiteenzetting over de agro-industrie in Shanghai. U ontdekt onder meer:

- hoe de sector de laatste jaren is geëvolueerd;
- wat de belangrijkste privé- en overheidsinitiatieven zijn;
- welke invloed import en export hebben;
- welke beurzen en events voor u belangrijk kunnen zijn.

Behandeling van huishoudelijk afval in Marokko

De sociaaleconomische ontwikkeling en de groei van de bevolking in Marokko leidden in de afgelopen decennia tot een toename van de hoeveelheid afval. Die wordt geschat op 6,9 miljoen ton per jaar, of ongeveer 210 kg per inwoner per jaar. In deze studie vindt u een overzicht van de inspanningen die al geleverd zijn en welke op de planning staan om de uitdagingen op het gebied van afvalverwerking aan te gaan.

Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

Intussen ...

Om de Mekongrivier te ontzilten doet Vietnam een beroep op **Rent-A-Port**. Die Antwerpse havenprojectontwikkelaar ontwikkelde een catamaranachtig ponton met ontziltingsunits en windmolens om de nodige energie op te wekken. Verzilting is een groot probleem voor Vietnam, omdat het de rijstproductie aantast.

Het Willebroekse **AED**, marktleider in de Benelux voor de verkoop en verhuur van apparatuur voor de audiovisuele sector, sloot een miljoenencontract met Epson voor de levering van 130 laserinstallatieprojectoren. 70 daarvan zullen uitgerust zijn met de allernieuwe 3LCD-technologie.

World's End Rum, een blend van **2240 Social Club**, is pas sinds dit voorjaar op de markt, maar kaapte al de gouden medaille weg op het German Rum Festival in Berlijn in de categorie Spiced Rum. Distillatie vindt plaats in de Caraïben, maar afwerking en kruiding in Zandhoven. Dankzij de internationale erkenning kwam de producent al in het vizier van importeurs en distributeurs.

Met Majaland-parken in Polen en Tsjechië zet **Studio 100** voor het eerst voet aan de grond in het vroegere Oostblok. Het eerste komt langs de snelweg van Berlijn naar Warschau en opent eind volgend jaar de deuren. Met de bouw is een investering van 20 miljoen euro gemoeid. Plopsa Group, de themaparkendivisie van Studio 100, werkt hiervoor samen met een Nederlandse investeerder.

Bavik Super Pils behaalde goud op de World Beer Awards in de categorie 'German-style Pale Lager'. De pils is een vaste waarde in het assortiment van **Brouwerij De Brabandere**, dat momenteel 15 miljoen euro investeert in 2 nieuwe gistingstanks, een logistiek centrum en een nieuwe bottelarij. De Brabandere produceert 200.000 hectoliter per jaar, waarvan de helft voor de export.

Uit 106 inzendingen kaapte **iLumen** de Flanders Cleantech Internationalisation Award weg. Met die onderscheiding willen FCA en FIT duurzame innovaties lauweren van kleine Vlaamse cleantechspelers. iLumen wist de jury te bekoren met de PIDbox, een toestel dat het rendement van zonnepanelen gemiddeld met 7,5% verhoogt en de levensduur ervan verlengt.

Keppel Seghers uit Willebroek gaat in China de grootste afvalverwerkingsinstallatie ter wereld bouwen. De capaciteit van een bestaande centrale in het Zuid-Chinese Shenzhen zal hiervoor worden uitgebreid tot bijna 9 miljoen kilo afval per dag. De installatie zal afval van 20 miljoen mensen verwerken en stroom opleveren voor 3 miljoen. De deal heeft een waarde van 26,7 miljoen dollar.

De Kempense ijsproducent **Glacio**, in ons land ook bekend van het merk IJsboerke, zet in China een joint venture op met **Horsten International**. Dat helpt Belgische bedrijven al ruim twintig jaar met het uitbouwen van hun activiteiten in de Chinese markt. De lokale aanwezigheid moet voor een boost zorgen in de verkoop.

Kraanbedrijf **Sarens** uit Meise kon een megadeal van 450 miljoen euro sluiten met het consortium Tengizchevroil voor de bouw van een olieproject in een van de grootste olie- en gasvelden in Kazachstan. Vandaag pompen ze daar al 600.000 vaten per dag op, maar over 4 jaar moeten dat er de helft meer zijn. Sarens mag kranen leveren, hijsactiviteiten uitvoeren en speciaal transport verzorgen.

10



Op het WK Wielrennen in de Arabische Golfstaat Qatar hadden de meest hittebestendige renners een streepje voor. Van de 36 medailles gingen er immers 10 naar renners met een shirt van **Bioracer** uit Tessenderlo. De zogeheten inter-cooler Top wordt net voor de start ondergedompeld in ijswater en houdt het lichaam daarna verschillende uren koel.

Zuid-Afrika, is – en blijft – open voor business!

In termen van bbp was Zuid-Afrika lange tijd de grootste economie van Afrika, maar de rest van het continent maakt een forse inhaalbeweging. Vandaag bekleden Nigeria en Egypte de topposities. De algemene economische opmars plaatst Sub-Sahara Afrika op vele buitenlandse ondernemersradars. En dan vormt Zuid-Afrika een goede start om die, nog veelal onbekende, markt te verkennen. Want ondanks de groeivertraging blijft het potentieel groot en is het zijn S in de BRICS-landengroep nog altijd meer dan waard.

Onze Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) ter plaatse, Marc Schiltz, kent Zuid-Afrika door en door. Van 1985 tot 1995 werkte hij in Kaapstad. Na enkele andere buitenlandse posten keerde hij in 2012 terug naar het land. Sindsdien leidt hij er het FIT-kantoor in Johannesburg. Samen met zijn team ondersteunt hij de Vlaamse ondernemers met internationaliseringsplannen in Zuid-Afrika, maar ook in Angola, Botswana, Lesotho, Madagaskar, Mauritius, Mozambique, Namibië en Swaziland.

Belemmerende factoren

Hoe staat de Zuid-Afrikaanse economie er in het algemeen voor vandaag?

Marc Schiltz: "Hoewel Zuid-Afrika zijn economische leiderspositie moest afstaan, heeft het met voorsprong de meest gediversifieerde economie van Afrika. Maar, zoals veel Afrikaanse landen, kampt Zuid-Afrika met dalende grondstoffprijzen voor zijn erts, mede omdat de vraag daarnaar vanuit Azië sterk is afgenomen. Bovendien heeft weerfenomeen El Niño vorig jaar lelijk huisgehouden in heel het zuiden van het continent, waardoor er een verwoestende droogte in grote delen van Zuid-Afrika heerst. De gevolgen voor de landbouwproductie zijn desastreus."

Ook op politiek vlak rommelt het. Hoe groot is die impact?

Marc Schiltz: "De politieke elite sleept zich ogenschijnlijk van het ene naar het andere overheids corruptieschandaal. Er leven heel wat interne politieke strubbelingen die voor instabiliteit zorgen. Recent nog werd de politieke onenigheid binnen de regeringspartij

ANC (African National Congress) uitvergroot door de zware klappen die ze in de lokale verkiezingen moest incasseren. Naast Kaapstad – al jaren het terrein van de officiële oppositiepartij DA (Democratic Alliance) – verloor ze nu ook de macht in politiek en economisch belangrijke steden Tshwane, Port Elizabeth en Johannesburg. De gevolgen van die politiek geïnspireerde onzekerheden zijn aanzienlijk. Zo betekent het een mokerslag voor de nationale munt, de rand, en dreigt de kans dat het land zijn kredietwaardigheid naar junkstatus ziet afglijden. Algemeen vertroebelt het gekibbel de focus op de toekomst en worden broodnodige maatregelen vooruitgeschoven. In het onderwys bijvoorbeeld."

Veruit de meeste slaagkansen hebben onze bedrijven als ze technologie naar Zuid-Afrika brengen

Voordelen overstijgen nadelen

En toch blijft Zuid-Afrika de belangrijkste bestemming van het continent voor directe buitenlandse investeringen?

Marc Schiltz: "Klopt: vorig jaar trok het land maar liefst 130 nieuwe projecten aan, goed voor een bedrag dat overeenstemt met de resultaten van Nigeria, Angola en Kenia samen. Want ondanks de problemen beschikt Zuid-Afrika over een enorm gedifferentieerd economisch weefsel. Daarnaast heeft het land een uitstekende infrastructuur: weg, spoor, lucht, telecommunicatie ... en is het financiële systeem van

een hoog kwaliteitsniveau. Tot slot is het – ook al loopt het niet altijd van een leien dakje – een levendige democratie, waarin onder meer vrijheid van meningsuiting, een zeer moderne en vooruitstrevende grondwet en een onafhankelijk juridisch apparaat centraal staan. Zo onderscheidt Zuid-Afrika zich van de meeste andere Afrikaanse landen."

De sectoren water, energie, lucht- en ruimtevaart en agri-processing worden het meest belangrijk en kansrijk

Sectoren onder de loep

In welke branches liggen dan de beste opportuniteiten voor Vlaamse ondernemers?

Marc Schiltz: "Veruit de meeste slaagkansen hebben onze bedrijven als ze technologie naar Zuid-Afrika brengen. Niet alleen als product, maar ook in de vorm van 'local beneficiation' of lokale meerwaardeproductie. De afzetmogelijkheden blijven bestaan voor een brede waaier van industriële, semi-industriële producten of hoogtechnologische verbruiksgoederen. Maar sectoren als water, energie – met een bijzondere focus op zonne- en windenergie – lucht- en ruimtevaart en agri-processing zullen veruit het belangrijkste en meest kansrijk worden. Zo boekt hernieuwbare energie enorme successen dankzij het REIPP-programma (Renewable Energy Independent Power Producers Programme) en werden onder impuls van REIPP in de voorbije jaren voor ongeveer 200 miljard

#ZA4Explorers

Zuid-Afrika, export in het wilde weg of strategische focus?

FLANDERS INVESTMENT & TRADE - UNIZO Internationaal

rand aan nieuwe buitenlandse investeringen aangetrokken. Ook 'new sciences' zit in de lift. Het SKA-project (Square Kilometre Array) – een radiotelescoop die radiogolven kan waarnemen in de ruimte die miljarden lichtjaren van de aarde zijn verwijderd – is hiervan het voorbeeld bij uitstek."

Zijn er ook sectoren waarin Vlaamse bedrijven maar moeilijk scoren?

Marc Schiltz: "Jammer genoeg wel. Zo worden kansen voor voeding en dranken vaak overschat. De Zuid-Afrikaanse industrie produceert zowat alles onder de zon en consumenten verkiezen de lokale producten boven de ingevoerde. In het algemeen kom je maar beter niet af met het klassieke argument dat je buitenlandse product beter is. Dat werkt vaak averechts bij de prijsbewuste Zuid-Afrikaanse zakenmensen."

Vanuit het industriële en economische hart

Kiezen Vlaamse ondernemers beter voor een nationale of regionale aanpak?

Marc Schiltz: "Zuid-Afrika is ontzettend groot. Aangezien de belangrijkste steden mijlenver van elkaar liggen – ongeveer 1.500 km tussen Johannesburg en Kaapstad – moet je er rekening mee houden dat een agent, distributeur of je eindklanten niet altijd in alle centra aanwezig zijn. Dan ben je wel verplicht om regionale netwerken uit te bouwen. De Gauteng-provincie, met belangrijkste steden Tshwane, Pretoria en Johannesburg, is dan wel de kleinste van het land, maar ze telt wel 13 miljoen inwoners die samen goed zijn voor ongeveer 42% van het Zuid-Afrikaanse bnp. Veel hangt

af van je product, maar veelal is Johannesburg de uitgelezen plek om te starten. Stel je dossier zeker voor aan ons kantoor, we helpen je met je vragen, bieden ondersteuning en geven informatie."

**\\ Het argument dat je buitenlandse product beter is, werkt vaak averechts bij de prijsbewuste Zuid-Afrikaanse zakenmensen **

Een stukje Westen in het zuiden?

Vaak wordt Zuid-Afrika beschouwd als het meest westerse land van Afrika. Geldt dat ook voor de manier van zakendoen?

Marc Schiltz: "Daar schuilt een grond van waarheid in, maar toch blijft het een Afrikaans land. Zo moet je voorbereid zijn op het principe van 'African time', of het ontbreken van een strikt tijdsbesef zoals wij dat kennen. Als er andere, betere of urgentere zaken opduiken, vergeten Zuid-Afrikaanse zakenlui weleens je afspraak. Omgekeerd geldt dit niet, wees altijd punctueel. Het tempo voelt wat langzamer, onderhandelingen kunnen lang aanslepen. Ook krijgt prijs alsmear vaker voorrang op het argument van een betere kwaliteit. Maar daarnaast verschilt de businesscultuur amper van de onze. Uiteraard zijn er culturele verschillen, maar geen onoverkomelijke."

BEGELEIDINGSTRAJECT 'Zuid-Afrika4Explorers'

In het kader van een intensief begeleidingstraject, organiseren we samen met UNIZO Internationaal een multisectorale missie naar Johannesburg en Kaapstad. Die vindt plaats van 14 tot 19 mei 2017.

Op www.flanderstrade.be ontdekt u meer info.

INTERESSE IN EEN SPECIFIEKE ZUID-AFRIKAANSE SECTOR?

Lees onze marktstudies op www.flanderstrade.be en ontdek het potentieel voor uw onderneming. U ontdekt er trends, belangrijke spelers en nuttige instanties.

“Het groeipotentieel is enorm, maar de juiste mankracht vinden is moeilijk”

In alle recente, grote bouwprojecten in Zuid-Afrika zit een stukje Vlaanderen. Daar zorgt producent Soudal voor. Dit familiebedrijf met hoofdzetel in Turnhout maakt lijmen, isolatieschuimen en siliconen voor klanten in meer dan 130 landen. Sinds februari staat Olivier Deblauwe aan het roer van Soudal SA. Met een pak brede internationale ervaring in onder meer Latijns-Amerika en Azië op de teller, stuurt hij de verdere verovering van de Zuid-Afrikaanse markt.

“Zo'n vijf jaar geleden nam Soudal zijn distributeur in Zuid-Afrika over. Mijn voorganger, met tonnen ervaring in Afrika, startte Soudal SA op. Toen hij vertrok naar Dubai om er een Soudal-vestiging op te richten, volgde ik hem op. Onze producten verdelen we hier voornamelijk via zogeheten hardware stores of lokale ijzerwaren winkels, vergelijkbaar met onze doe-het-zelf-ketens. Daarnaast bedienen we bouwbedrijven. De Zuid-Afrikaanse markt boomt en het groeipotentieel is enorm.”

Tactiek van een sterk financieel familiebedrijf

“Net zoals in andere landen zorgden we, zodra we er voet aan de grond hadden, voor ruime stockage. Als financieel sterk bedrijf konden we het ons veroorloven om meteen een breed gamma in te zetten. Onze containers moeten bij wijze van spreken toch betaald worden. Intussen hebben we warehouses in Johannesburg, Durban, George en Kaapstad.

Dankzij die verspreide locaties en onze flexibiliteit kunnen we de dag na de bestelling overal in het land leveren. Die service is belangrijk, daarmee maken we immers het verschil. En met onze kwaliteit, uiteraard. Al onze producten worden nog altijd in Vlaanderen geproduceerd, zo behouden we de controle. Dat loont, klanten hebben vertrouwen in ons merk. Zo ontstaan wereldwijd vele ambassadeurs, geen reclame doet beter.”

Medewerkers gezocht

“Nu bewerken we vanuit Zuid-Afrika al enkele andere landen in zuidelijk Afrika, maar we benutten er nog niet alle mogelijkheden. Zelfs Zuid-Afrika biedt nog veel opportuniteiten.

Maar eerst moeten we de juiste medewerkers vinden. Dat ligt in Zuid-Afrika minder voor de hand. Momenteel hebben we hier achttien medewerkers op onze payroll, waarvan tien vertegenwoordigers. Volgend jaar plannen we nieuwe aanwervingen, maar gemotiveerd personeel vinden, dat vergt tijd. Bij ons – en bij Soudal wereldwijd – hebben we mensen nodig met een hands-onmentaliteit, geen mensen die kicken op een ronkende functietitel. Vaak slagen we er dankzij ons netwerk en onze klanten in om de juiste match te vinden.”

Opgelet voor wanbetalers!

“Nog een veelvoorkomend probleem in Zuid-Afrika is wanbetaling. Nieuwe klanten moeten eerst een kredietaanvraag invullen, vervolgens checken we referenties. Toch zijn er nog maandelijks klanten die hun order niet vereffenen. Op dat vlak hanteren we een multolerantie. Zodra een klant niet betaalt of een vertegenwoordiger problemen signaleert, zetten we alle leveringen stop en dragen we het dossier over aan ons advocatenkantoor. Dat is niet de gangbare procedure bij Soudal in het algemeen, maar in Zuid-Afrika is het een noodzaak.”

Op eigen benen, binnen bedrijfsfilosofie

“In Zuid-Afrika boksen we op tegen twee grote lokale spelers. Hun beslissingen moeten eerst een lange weg afleggen doorheen een strakke hiërarchie. Bij ons is dat niet het geval. We hebben de luxe om lokale beslissingen te kunnen nemen, zonder daarop afgerekend te worden. Die wendbaarheid stuwt mee onze groei én geeft ons een aanzienlijke voorsprong op onze twee concurrenten.”

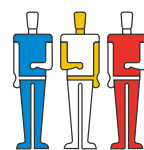
FACTSHEET ZUID-AFRIKA

MEER WETEN OVER ZAKENDOEN IN ZUID-AFRIKA?

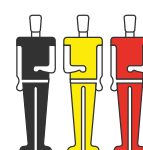
Raadpleeg ons landendossier op www.flanderstrade.be of neem contact op met het provinciaal kantoor in uw buurt. Alle contactinfo vindt u op onze website.



OPPERVLAKTE
1.221.037 KM²



AANTAL INWONERS
53,68 MILJOEN (2015)



AANTAL BELGEN
ingeschreven in
Johannesburg: 5.339 (januari 2016)
Kaapstad: 3.120 (januari 2016)



OFFICIËLE TALEN
AFRIKAANS, ENGELS,
ZUID-NDEBELE, NOORD-SOTHO,
ZUID-SOTHO, SWAZI, TSONGA,
TSWANA, VENDA, XHOSA EN
ZOELOE



MUNTEENHEID
RAND (ZAR)
1 EUR = 14,88 ZAR
(7/11/2016)

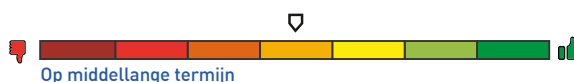


Zuid-Afrika heeft 's werelds
grootste voorraden goud,
mangaan en platina

Ease of doing business index



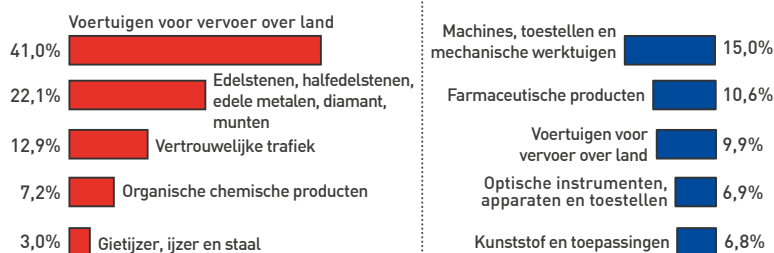
Politiek risico



Commercieel risico (van A tot C)



Vlaamse export naar Zuid-Afrika: € 1,32 miljard (2015)



Vlaamse import uit Zuid-Afrika: € 2,32 miljard (2015)

Flanders Private Sector for Development

Duurzaam ondernemen in ontwikkelingslanden

De private sector speelt een sleutelrol in de groei van ontwikkelingslanden, beseffen overheden en internationale organisaties almaar meer. Omgekeerd worden 'opkomende markten' steeds interessantere partners voor bedrijven. Flanders Investment & Trade (FIT) en het Departement Internationaal Vlaanderen faciliteren de toenadering tussen bedrijven, ngo's en de academische wereld met een netwerkgroep: Flanders Private Sector for Development (PS4D).



De eerste regio waarvoor FIT het PS4D-netwerk actief inzet, is Sub-Sahara-Afrika. "Een opkomende markt, maar behalve in Zuid-Afrika heeft FIT er geen economische vertegenwoordigers", verklaart Johan Malin, projectmanager International Financial Institutions. "Talrijke Vlamingen zijn actief in Afrika, maar helaas doen ze dat erg verspreid: bedrijven concentreren zich op West-Afrika, ngo's op de Grote Merenregio en Zuid-Afrika, universiteiten op Centraal- en Oost-Afrika. Met PS4D willen we die expertise bundelen om bedrijven beter te kunnen ondersteunen."

Collegiale sfeer

Tijdens twee startvergaderingen kregen de stakeholders zoals bedrijven, ngo's, onderwijsinstellingen en financiers, meer uitleg over PS4D. En over de meerwaarde die het netwerk biedt om hun individuele doelstellingen te realiseren. "Met PS4D creëren we een win-winsituatie voor alle betrokken partijen", zegt Johan Malin. "We helpen Vlaamse bedrijven bij hun activiteiten in het Zuiden. Met het aanbod International Financial Institutions – lees Wereldwijs september 2016 – houden we hen bijvoorbeeld op de hoogte van internationale aanbestedingen voor ontwikkelingsprojecten. Andere netwerkleden kunnen bedrijven bijstaan met kennis en ervaring, tips en tricks of zakelijke opportuniteiten." Daarnaast wil PS4D ook bijdragen tot een duurzame ontwikkeling van het Zuiden.

"Bedrijven besteden, op eigen initiatief of op vraag van medewerkers en consumenten, steeds meer aandacht aan hun sociale verantwoordelijkheid", legt hij uit. "Door een lokaal project te sponsoren, kennis en expertise te delen of er op een duurzame manier te ondernemen, leveren ze een waardevolle, maatschappelijke bijdrage."

De teneur tijdens deze vergaderingen was alvast veelbelovend, aldus Johan Malin. Alle partijen toonden zich erg geïnteresseerd en gemoedteerd om samen te werken.

Instant meerwaarde

Het eerste resultaat van die toenadering was te zien tijdens een economische zending naar Guinee en Ivoorkust, georganiseerd door FIT. Op die missie waren, naast een 60-tal bedrijven en de Vlaamse minister van Openbare Werken en Mobiliteit Ben Weyts, ook enkele niet-commerciële organisaties mee: ngo Trias, het Gents Afrikaplatform van de Universiteit Gent en het Instituut voor Tropische Geneeskunde (ITG).

"Tijdens de zending bezochten de deelnemers bijvoorbeeld het bloedtransfusiecentrum in Conakry, de hoofdstad van Guinee. Een van de deelnemende bedrijven, Multi-G, had een opsporingstest in portefeuille voor het zeer dodelijke ebolavirus. Door gesprekken met de verantwoordelijken van het transfusiecentrum kon het bedrijf zijn aanbod verder scherpstellen. De aanwezigheid van het ITG, een wereldvermaard

onderzoeksinstituut, verhoogde zijn geloofwaardigheid natuurlijk gevoelig."

Markttoegang vergemakkelijken

Ook vertegenwoordigd tijdens de zending naar Guinee en Ivoorkust: Migration Circulaire, een initiatief van de Vlaming Karel Uyttendaele. Dat consultancybedrijf biedt onder meer hoogopgeleide Afrikanen de mogelijkheid om stage te lopen in een Vlaams bedrijf. In ruil kunnen deze bedrijven een beroep doen op de lokale marktkennis en contacten van hun tijdelijke Afrikaanse werkkracht. "Ook FIT zelf legt contacten met verenigingen van hoogopgeleide Afrikanen", vult Johan Malin aan. "De Nigeraanse diasporaorganisatie NIDO is daar een voorbeeld van."

"FIT plant nog meer initiatieven en zendingen met een PS4D-insteek", blikt hij vooruit. "Vooral in opkomende markten, waar de structuren en processen nog niet zo goed zijn opgebouwd, kunnen bedrijven onze steun goed gebruiken. Ik voorspel trouwens dat steeds meer bedrijven toegang zullen zoeken tot ontwikkelingslanden. Voor bedrijven wordt het almaar belangrijker om hun bevoorrading van grondstoffen te verzekeren. Tegelijk ontstaat ook in ontwikkelingslanden een groeiende middenklasse van mensen die willen en kunnen consumeren."

Vraag uw lidmaatschap tot de LinkedIn-groep PS4D aan: www.vlaanderen.be/int/ps4d.

Duurzaam ondernemen in ontwikkelingslanden?

ONTDEK ONS AANBOD:

- **subsidies** voor Vlaamse exporteurs van uitrustingsgoederen naar ontwikkelingslanden;
- **bedrijfsadvies** over duurzaam of verantwoord internationaal ondernemerschap;
- **toegang** tot internationale aanbestedingen en netwerken via de multilaterale ontwikkelingsbanken.

Ga naar www.flanderstrade.be of neem contact op met Johan Malin op johan.malin@fitagency.be.



Trias:

“Expertise ten dienste stellen van duurzaam ondernemen”

De ngo Trias heeft meer dan vijftig jaar ervaring in het ondersteunen van ondernemersverenigingen en boerenorganisaties in het Zuiden. “PS4D is voor ons een waardevol initiatief om twee redenen”, aldus private sector advisor Katrien Van Dingenen. “Ten eerste biedt het ons, als bruggebouwer en adviseur, de mogelijkheid om Vlaamse bedrijven te ondersteunen waar wij actief zijn. Ten tweede zijn we ervan overtuigd dat een dergelijk partnerschap - waarbij technisch-economische en lokale expertise gebundeld worden met het oog op duurzaam ondernemen, - de lokale ondernemers, consumenten en de hele maatschappij ten goede komt.”

Nood aan professionalisering

De missie in Guinee en Ivoorkust was voor Trias een opportuniteit om 20 jaar werking in

het land toe te lichten aan een 60-tal geïnteresseerde bedrijfsleiders. “Zo brachten we een bezoek aan de ngo Aguidep, een organisatie die jongeren leert om een eigen zaak op te starten en zo uit de armoede te geraken. Een onderdeel van een dergelijk leertraject is een 10-daagse workshop waarin de basiselementen van ondernemen aan bod komen. De kostprijs van zo’n workshop voor 125 deelnemers is 900 euro.”

“Verder hadden we het ook over Coprakam, een vrouwencoöperatie van 4.000 leden die karitéboter, honing en pindanotenpasta produceert. De productie is voornamelijk artisanaal en voorlopig dus niet geschikt voor export. Nochtans bestaat er wel degelijk een buitenlandse vraag naar deze producten. Een verbetering van productiviteit, technologie, kwaliteit en arbeidsomstandigheden zou export wel mogelijk maken.”

Van business tot filantropie

De samenwerking tussen Trias en bedrijven kan verschillende vormen aannemen: van een businesspartnerschap met lokale ondernemers en advies door Trias, tot een financieel partnerschap om lokale projecten te financieren.

“Welke vorm van samenwerking een bedrijf ook kiest, er zijn redenen genoeg om de handen ineen te slaan met Trias”, zegt Katrien Van Dingenen. “Bedrijven hebben inzicht nodig in de eigenaardigheden van een land, in de marktmechanismen en in de sociopolitieke processen. Donoren van ontwikkelingshulp willen ook weten waarin dat geld geïnvesteerd is. Dankzij onze jarenlange ervaring met ondernemerschap in het Zuiden zijn wij de geknipte partner om mee samen te werken.”

www.trias.ngo/nl

Gents Afrika Platform (GAP) – Universiteit Gent:

“Wetenschappelijk onderzoek combineren met lokale expertise”

Het Gents Afrikaplatform verzamelt al 10 jaar alle wetenschappelijke kennis en ervaring van de Universiteit Gent rond Afrika. “Die stellen we ook actief ten dienste van de private sector”, zegt voorzitter Patrick Van Damme. “Onze samenwerking kan alle vormen aannemen: van pure filantropie tot echte business.”

Van sociaal-politiek tot agrarisch-economisch

De Afrika-expertise beslaat zowat alle departementen van de Universiteit Gent, van geneeskunde tot landbouwkunde. “Mijn voorgangster, dokter Marleen Temmerman, was zeer actief rond geneeskundige thema’s als kraamsterfte, problemen rond HIV, en geweld en verkrachtingen”, zegt voorzitter Patrick Van Damme. “In Oeganda helpen we voormalige kindsoldaten met opleidingen om zich weer te integreren in de maatschappij. Bedrij-

ven kunnen, in het kader van hun Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (mvo)-beleid, dat project financieel of logistiek steunen. We hebben bijvoorbeeld veel materiaal nodig voor de werkplaatsen.”

Zelf is Patrick Van Damme professor (sub-) tropische landbouwkunde. “Ons labo is actief in 30 Afrikaanse landen”, legt hij uit. “Internationale bedrijven schakelen ons in om de opbrengst van hun lokale teelten te verbeteren.” Voor chocoladeproducent Callebaut onderzoekt het labo bijvoorbeeld bepaalde facetten van de cacao-teelt in Ivoorkust. “In Kameroen richten we ons dan weer op de regionale verspreiding van enkele minder gekende fruitsoorten, zoals safou of butterfruit, bush mango en allanblackia of tallow tree. Daar werken we samen met het World Agroforestry Centre, een internationaal landbouwonderzoekscentrum. De voordelen van het outsourcen van wetenschappelijk onder-

zoek zijn duidelijk: het bedrijf behoudt zijn flexibiliteit, heeft meteen toegang tot decennialange ervaring en beperkt zijn financiële risico’s.”

Bemiddelende rol

Naast wetenschappelijke expertise biedt het Gents Afrikaplatform bedrijven ook toegang tot zijn gigantische netwerk. Zo organiseert het sinds enkele jaren een event om de uitdagingen rond investeringen en economische activiteiten in Afrika te bespreken. De recentste editie van ‘Investing in and collaborating with Africa’ lokte 100 geïnteresseerden, waaronder heel wat bedrijfsleiders. “We denken er ook aan om een meer bemiddelende rol te spelen tussen bedrijven en werkzoekende Afrikaanse oud-studenten. De komende weken bekijken we hoe we dit verder aanpakken.”

www.gap.ugent.be

De ideale aftrap voor starters: Erasmus for Young Entrepreneurs

Theoretische kennis is nodig, maar de echte kneepjes van het vak leren ondernemers pas in de praktijk. Dankzij het Europese programma Erasmus for Young Entrepreneurs (EYE) kunnen starters tot een half jaar meedraaien in een kmo in een ander EU-land.

In 2009 lanceerde de EU Erasmus for Young Entrepreneurs, het Europese uitwisselingsprogramma voor kmo's of starters. Daarbij krijgen jonge wolven de kans om praktische ervaring op te bouwen bij een doorgewinterde ondernemer in een ander Europees land. Aanleiding was het lage percentage Europese kmo's dat exporteert binnen de EU. Omdat ondernemerschap en internationalisering essentieel zijn voor economische groei en jobcreatie, moest EYE hier verandering in brengen.

Op welke kandidaten mikt EYE?

Twee types ondernemers kunnen deelnemen aan EYE:

1. Nieuwe ondernemers: koesteren concrete plannen voor het opzetten van een eigen bedrijf of hebben in de voorbije drie jaar een zaak opgestart.

2. Ontvangende ondernemers: zijn eigenaar of bestuurder van een kmo in de EU.

Organisaties die als tussenpersoon optreden, koppelen de nieuwe ondernemers aan de gast-ondernemers. In ons land is dat Enterprise Europe Network (EEN) Vlaanderen.

Waarom deelnemen?

Beide doelgroepen halen voordeel uit EYE. De nieuwe ondernemers vergaren kennis over de opstart en het management van een kmo. Daarnaast krijgen ze toegang tot een nieuwe, internationale markt. Ze ontmoeten er potentiële businesspartners, vergroten zo hun netwerk en ze leren zakendoen in een internationale context. Omgekeerd leren de ontvangende ondernemers bij over de thuismarkt van hun gast. Ze ontdekken een frisse blik, andere ideeën en verkwikkende standpunten. Die nieuwe

input kan de aanpak in hun internationaliseringsproces een andere wending geven.

Niet alleen mooi in theorie

Intussen bestaat EYE ongeveer zes jaar. De praktijk leert dat ruim de helft van zowel de nieuwe als de ontvangende ondernemers zijn omzet zag stijgen na deelname. Meer dan een derde van de aspirant-ondernemers startte nadien ook daadwerkelijk een eigen zaak op. Bovendien bereiken ze significant hogere overlevingskansen dan de gemiddelde Europese kmo. Van de gastondernemers geeft 60% aan dat ze inspiratie voor nieuwe ideeën of technieken hebben gekregen, wat soms resulteerde in nieuwe producten of diensten.





©RawEdgesDesignStudio



©RawEdgesDesignStudio

Veerle Verbakel

Hoe ervaart een 'nieuwe' ondernemer EYE?

In 2014 startten Priscilla Machils en Veerle Verbakel met gitzwart, een bureau dat creatieve organisaties design consultancy en productie biedt. Van mei tot oktober 2016 ging Veerle Verbakel aan de slag bij Raw Edges Design Studio van het veelgelauwerde designersduo Shay Alkalay en Yael Mer in Londen. Bij dit Britse bedrijf, gespecialiseerd in designinstallaties en meubels op maat voor internationale galerijen en musea, scherpte ze haar vaardigheden aan. Veerle hield een maandboek bij.

Mei

"Raw Edges Design Studio presenteerde vorige maand tijdens de vakbeurs Salone del Mobile in Milaan twee tentoonstellingen. Een expositie was Herringbones, een eigen productie van meubels in gekleurd hout. Daarnaast exposeerde het een collectie centerpieces voor Atelier Swarovski. Voor Herringbones dacht ik na over de prijszetting van de producten en over een distributiemodel. Dat resulteerde in een prijslijst en een database van b2c- en b2b-contacten. Voor de Swarovski-collectie mocht ik mee nadenken over de perscommunicatie. De eerste fase van mijn werkplan, een vergelijking en benchmarking met andere designstudio's, is begonnen."

Juni

"Mijn zwaarste focus ging naar een draaiboek voor de online teksten op de website en sociale media. Ik heb een contentplan opgesteld voor Raw Edges en dit voor enkele projecten zoals Herringbones en Swarovski uitgerold. Daarnaast onderzocht ik via een benchmarkstudie van soortgelijke designbedrijven binnen welke professionele netwerken zij actief zijn. Wie zijn hun klanten, welke awards hebben ze gewonnen, via welke kanalen communiceren ze ... Op die manier kon ik de database van Raw Edges verder aanvullen met interessante contacten. Verder ontwierp ik een mailing om interieurdesignbureaus en galerijen aan te schrijven voor toekomstige samenwerking."

Juli

"De benchmarkstudie liep nog door in juli. Raw Edges besliste om zich in te schrijven voor twee awards, Wood Awards en Loewe Craft Prize. Daarvoor heb ik de dossiers opgemaakt: beeld, referenties en tekst. Gaandeweg heb ik ook de teksten op hun website aangepast, zodat ze meer op eenzelfde lijn zaten. Zo krijgen bezoekers een eenduidiger beeld. Deze maand ging ik ook op zoek naar kwalitatieve leveranciers met een competitieve prijszetting om zo de productieprijs van Raw Edges te kunnen drukken."





©RawEdgesDesignStudio

DOE MEE AAN ERASMUS FOR ENTREPRENEURS

Zin om in een EYE-project te stappen? De duurtijd varieert van één tot zes maanden.

Alle info vindt u op www.erasmus-entrepreneurs.eu.

Of neem contact op via enterprise.europe@vlaanderen.be.

Augustus

"Op de agenda deze maand: helpen met de voorbereiding voor London Design Festival: T2 Tea en The Now Gallery. Perslijsten redigeren en samenstellen, de perscampagne bedenken, beelden en teksten coördineren en onderzoeken hoe de samenwerking op het vlak van communicatie met deze twee partijen nog beter kan. Binnen dit kader heb ik eveneens gewerkt aan een tijdsregistratiesysteem voor de vaste medewerkers en freelancers. De zaakvoerders kunnen zo het aantal werkuren per project berekenen, als basis voor toekomstige offertes."

September

"De implementatie van het businessdevelopmentplan was mijn belangrijkste taak in september. Daarnaast scherpte ik de tools voor projectmanagement – de uurregistratie en de sales tools zoals de prijslijst – verder aan. Vanuit de ervaring die ik in de voorbije maanden in de studio heb opgebouwd, stelde ik een socialemediaplan op met de frequentie en de tone of voice voor de verschillende platformen (Facebook en Instagram). Het portfolio wordt op dit moment geëvalueerd en op basis daarvan wordt de website aangepast. In oktober zal ik via gesprekken met stakeholders zoals klanten, bekijken hoe we de tools nog kunnen optimaliseren."

Oktober

"Mijn laatste maand stond in het teken van afronden: de persberichten en perslijsten, een update van het portfolio, de prijslijst en het projectmanagementsysteem. Ook heb ik een database aangelegd van prijzen en producenten. Daarnaast heb ik mijn eigen businessdevelopmentplan en service kunnen aanscherpen door te evalueren welke diensten nu het meeste impact hebben gehad op deze designstudio. Waar kan ik als businessconsultant het meeste waarde creëren? Daar filterde ik deze diensten uit:

- business development & finance;
- communicatie;
- projectmanagement;
- productie.

Nu is het aan mij om al die diensten te lanceren in een goed, internationaal netwerk!"

NAB Las Vegas

24 tot en met 27 april 2017

NAB is de belangrijkste broadcastingbeurs in de VS en de Amerikaanse tegenhanger van IBC in Amsterdam. FIT zal er, samen met Medianet Vlaanderen, voor het eerst aanwezig zijn met een 'product sample booth'.

De editie 2016 telde ruim 103.000 bezoekers uit 170 landen en meer dan 1.700 exposanten. NAB organiseert ook diverse randactiviteiten, zoals congressen en workshops waar de allernieuwste snufjes worden voorgesteld.

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 december 2016 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Kurt Vleminckx op 02 504 88 03 of kurt.vleminckx@fitagency.be

HD Expo Las Vegas

3 tot en met 5 mei 2017

HD Expo is een van de belangrijkste horeca-evenementen ter wereld. Architecten, ontwerpers en sectorspecialisten blazen er verzamelen om trends te ontdekken en nieuwe contacten te leggen. Ontdek er ook uw kansen, samen met FIT.

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

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

Oost-Europa: Polen, Roemenië, Hongarije en Tsjechië

17 tot en met 26 januari 2017

Antwerpen, Hasselt, Vilvoorde, Gent en Veurne

INSCHRIJVEN? Tot 25 januari 2017 op www.flanderstrade.be



Ontmoeting met inkopers op 'Belgische Dag Karachi Chamber of Commerce' Lahore

23 tot en met 27 januari 2017

Onze economische attaché in Pakistan organiseert samen met de Belgische ambassadeur een Belgische Dag Karachi Chamber of Commerce. Bij interesse in de Pakistaanse markt, kan u dan uw Engelstalige productcatalogus laten tonen. Tijdens een aansluitende receptie wordt uw bedrijf voorgesteld aan plaatselijke beslissingsnemers en inkopers. De Belgische export naar Pakistan groeit: van 207 miljoen euro in 2014 naar 236 miljoen euro in 2015. Onder meer chemicaliën, metalen, industriële machines en grondstoffen doen het goed.

INSCHRIJVEN? Tot en met 9 januari 2017 op www.flanderstrade.be

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

Ontmoeting met 'Britse inkopers van bouwmaterialen' Londen

25 januari 2017

Britse inkopers willen tijdens een bouwbeurs in Londen Vlaamse bedrijven ontmoeten. Als hij of zij geïnteresseerd is in uw producten, kan u dus een beursbezoek combineren met een afspraak.

INSCHRIJVEN? Tot en met 1 januari 2017 op www.flanderstrade.be

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

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

Antwerpen > 03 260 87 22
antwerpen@fitagency.be

Limburg > 011 29 20 80
limburg@fitagency.be

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

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

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



Vlaanderen
is Internationaal Ondernemen



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

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

WWW.FLANDERSTRADE.BE