

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

wereld WIJS

91
11\2016

Magazine van Flanders Investment & Trade, Afgiftelokaal Gent, X, BC21170 Koning Albert II-laan 37, 1030 BRUSSEL

Orakel en b-token vieren overal feest

Een nieuw elan voor Argentinië



In gesprek met **Orakel en b-token**

Zakendoen in Argentinië



16 Treed toe tot de eengemaakte digitale markt

en verder ...

3 Edito \ 8 Marktinformatie \ 10 Intussen ... \ 15 EXPORTbarometer \ 19 Kalender

“Dagelijks worden in Vlaanderen nieuwe jobs gecreëerd”

Beste lezer,

AXA, Caterpillar, Douwe Egberts, ING, MS Mode, P&V ... Sinds begin september sneuvelen al duizenden jobs in ons land. Dat dit verschrikkelijk nieuws is voor de getroffen werknemers, staat buiten kijf. Het is dan ook logisch dat politiek en media veel aandacht besteedden aan dit banenverlies en de mogelijke gevolgen voor onze economie.

Alleen is het jammer dat de camera's zelden draaien voor de vele nieuwe jobs die dagelijks gecreëerd worden: bij technologiestart-ups, gespecialiseerde niche-spelers, kleine kmo's die willen internationaliseren. Dat komt omdat deze jobs er niet met honderden tegelijk bijkomen, maar druppelsgewijs en dus onopvallend. Toch maken vele kleintjes samen één groot, want op een jaar tijd steeg het aantal Vlaamse vacatures met maar liefst 28%.

Uit onze EXPORTbarometer 2016, de enquête waarmee we jaarlijks de temperatuur opmeten bij Vlaamse bedrijven over hun exportgedrag en -verwachtingen, leren we alvast dat onze exporteurs vertrouwen hebben in het wereldwijde economische klimaat. Ruim de helft zag zijn exportcijfer het voorbije jaar toenemen en bijna drie kwart verwacht een verdere toename van de omzet uit export. Verder hoopt zeven op tien de komende jaren nieuwe markten aan te boren.

Al die ambitieuze kmo's, die volop nieuwe markten verkennen en bereid zijn om zichzelf daartoe keer op keer heruit te vinden, willen we met FIT alle ondersteuning bieden die ze verdienen. Overal waar we neerstrijken, zetten we dan ook de troeven van Vlaanderen in de verf. Om er maar een paar te noemen: onze innovatieve technologie, baanbrekende knowhow en topproducten en -diensten.

Heel af en toe komt één van onze initiatieven in de schijnwerpers te staan, maar nog vaker opereren ook wij onopvallend achter de schermen. Maar van één ding mag u zeker zijn: voor ondernemend Vlaanderen halen we alles uit de kast, in de verre exportmarkten én dicht bij huis.

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.





Orakel en b-token vieren overal feest

Om zich met gepersonaliseerde polsbandjes, jetons en andere eventartikelen te ontpoppen tot een wereldspeler zijn een innovatieve spirit en een flinke dosis durf onontbeerlijk. Met de Kempense kmo Orakel, die dit jaar twintig kaarsjes uitblaast, en spin-off b-token duiken we in een opmerkelijk exportverhaal: "Gewoon springen, dat zit in ons bedrijfs-DNA."

"Niet letten op de verhuisdozen", verontschuldigt Sofie Hermans, commercieel manager van Orakel, zich aan An Stammeleer, adviseur Internationaal Ondernemen van ons provinciaal kantoor Antwerpen. "Net voor de grote vakantie namen we onze intrek in dit grotere pand, maar door de drukte van het festivalseizoen raakte nog niet alles uitgepakt", verklaart Nathalie Breugelmans, directeur van b-token. Binnen Europa is Orakel de grootste producent en verdeler van polsbandjes, rugnummers voor sportwedstrijden en een breed gamma aan artikelen voor promodoeleinden. Spin-off en zusterbedrijf b-token vervaardigt gepersonaliseerde jetons die vooral worden ingezet als betaalmiddel op evenementen, maar ook muntjes voor winkelkarren, beloningsmunten enzovoort.

In de garage

Alles begon twintig jaar geleden, toen Kempenaar Dirk Spooren in de VS voor het eerst een polsbandje zag in het synthetische tyvek-materiaal. Samen met zijn schoonzus Poel Van Den Eynde besloot hij om de bandjes in West-Europa te introduceren. Met een polsbandje zou de identificatie van deelnemers op festivals en andere evenementen immers een stuk vlotter

verlopen. In de garage van Poel installeerden ze een 4-kleurenmatrixprinter en Orakel was geboren.

"In de beginjaren zetten we onze producten bijna uitsluitend in met het oog op identificatie, veiligheid en fraudebestrijding", aldus Sofie Hermans. "Maar gaandeweg kwamen daar allerlei andere toepassingen bij. Zo zijn lanyards – neklinten voor toegangsbadges en sleutels – en polsbandjes ook reclaimedragers bij uitstek." "Net zoals de jetons trouwens", vult Nathalie Breugelmans aan. "Die laatste vinden steeds vaker hun afzet als gamingtoken voor bord- en gezelschapsspellen of als gadget tout court."

Trends spotten

An Stammeleer: "Terwijl de meeste kmo's eerst een tijd binnen de grenzen blijven, ging Orakel vanaf dag één internationaal. Waarom?"

Sofie Hermans: "Uit noodzaak. In eigen land was het evenementencircuit klein, dus schuimden Poel en Dirk internationale eventbeurzen af om de polsbandjes aan de man te brengen. Maar ze brachten ook nieuwe trends in de branche mee naar huis. Zo breidde ons productgamma stelselmatig uit, van ballenbadballen voor indoorspeeltuinen over de lanyards tot rugnummers voor sportmanifestaties."

Nathalie Breugelmans: "En ze introduceerden nieuwe producten in de eventsector, waaronder de jeton. Die kwam vanaf het voorjaar van 2008 in het gamma van Orakel. De enige producent ter wereld zat in Nederland. Samen met ons land was Nederland dan ook de enige markt waar de schijfjes echt ingeburgerd waren als consumptiemunt op festivals en andere evenementen. Maar zodra Orakel ze overal begon te promoten, steeg de vraag pijlsnel. Het gevolg: onze leverancier kon niet langer bijbenen. Daarop beslisten Dirk en Poel om zelf een spuitgietmachine aan te schaffen en de schijfjes in huis te fabriceren. Zo waren we voor onze levertermijnen niet langer afhankelijk van een externe partij. De spuitgieterij werd ondergebracht in een nieuwe firma: b-token."

Zoekgedrag ontleden

An Stammeleer: "Jullie tekenen present op vakbeurzen wereldwijd. Hoe meten jullie nog de temperatuur in een bepaalde markt?"

Sofie Hermans: "We werken al jarenlang intensief samen met zoekgigant Google. Dankzij onze Google AdWords-reclamecampagnes, doorgedreven inspanningen op het vlak van search engine optimization (SEO) en remarketing komen geïnteresseerden van over de hele

wereld op onze website en in onze webshop terecht. Google bezorgde ons al een aantal flinke orders, zoals een bestelling van lanyards voor de Olympische Winterspelen 2014 in het Russische Sotsji.

Google Analytics, het programma waarmee we het zoekverkeer op de website analyseren, levert ons dan weer een schat aan informatie over het zoekgedrag van potentiële klanten. Zo zien we ook in welke regio's de interesse voor een bepaald item uit ons gamma in de lift zit."

Franse postbus

An Stammeleer: "Orakel beschikt vandaag over zes buitenlandse saleskantoren. Wanneer was de eerste buitenlandse vertegenwoordiging een feit?"

Sofie Hermans: "Vanaf de beginjaren kwamen er geregeld internationale studenten stage lopen bij ons. Sommigen vroegen ons of ze na hun studies een poging mochten wagen om onze producten in hun thuisland te verkopen. Zij stonden aan de wieg van onze saleskantoren in Polen, Hongarije en het VK. Ook in Griekenland, Frankrijk en Zuid-Afrika zijn we vertegenwoordigd.

Met Spanje doen we zaken vanuit ons hoofdkantoor in Retie, maar we hebben wel een Spaans telefoonnummer en een postbusadres in Barcelona. Onze ervaring leert dat we er succesvoller ondernemen als we ons voordoen als Spanjaarden. Dezelfde tactiek hanteren we trouwens voor het bewerken van de Italiaanse en Duitse markt."

Google leverde ons al een aantal grote orders op

Welcome to Miami

An Stammeleer: "Zijn Orakel en b-token samen vertegenwoordigd in die buitenlandse kantoren?"

Nathalie Breugelmans: "Nee. In tegenstelling tot Orakel werken we bij b-token met een uitgebreid netwerk van lokale distributeurs. Die promoten de jets binnen hun klantenbestand. Dat zijn hoofdzakelijk verdelers van eventmaterialen – bedrijven als Orakel dus – en organisatoren van evenementen.

Maar in de VS kregen we op die manier geen vaste voet aan de grond. Amerikanen kopen namelijk graag lokaal en willen hun bestelling afrekenen in dollar. Omdat we die immense afzetmarkt niet links wilden laten liggen, openden we enkele jaren geleden ons eerste en voorlopig enige verkoopkantoor in Miami."

Vast aan de douane

An Stammeleer: "Jullie mogen je terecht wereldspelers noemen. Zijn er eigenlijk nog markten waar jullie niet of weinig actief zijn?"

Sofie Hermans: "In Latijns-Amerika raken we heel moeilijk door de douane, met oplopende vertragingen en torenhoge taken tot gevolg. Nochtans zijn er tal van interessante markten voor onze producten: Brazilië, Peru, Argentinië ... Ook het Verre Oosten blijft een lastige. Niet alleen is er de goedkope concurrentie van Chinese artikelen, sommige markten stellen zich erg gesloten op.

Zo is Japan qua eventcultuur een absolute topper, maar we konden er pas een doorbraak forceren toen enkele Vlamingen die de markt door en door kennen, mee op de kar sprongen. Zij treden nu op als verdeler voor Orakel en



—ID—

Bedrijven: Orakel en b-token

Sector: eventartikelen

Opgericht in: 1996 (Orakel) en 2008 (b-token)

% van omzet 2015 gerealiseerd in het buitenland: 40%

Aantal medewerkers: 60

Hoofdkwartier: Retie

Aanwezig in: 70 landen

b-token. Ook in de Verenigde Arabische Emiraten loopt de verkoop bijna exclusief via landgenoten ter plaatse."

Nathalie Breugelmans: "Voor b-token hangen de segmenten waarin we actief zijn ook sterk af van land tot land. In West-Europa draaien wij een belangrijk deel van onze omzet in opdracht van supermarktketens. We leveren er de muntjes voor de winkelkarren. Maar in de Scandinavische landen is een slot op een winkelkar een onbekend fenomeen. En ook in de VS hebben we geen afzet in de retail, want daar huren de ketens jobstudenten in om de karren te verzamelen."

\\ We mogen niet blind zijn voor de digitale revolutie in onze branche \\

Slimme bandjes

An Stammeleer: "Hoe belangrijk is innovatie voor Orakel en b-token?"

Nathalie Breugelmans: "Van levensbelang. Met b-token zwemmen we hoe dan ook tegen de stroom in door in Vlaanderen te produceren. Daarom moeten we innovatief uit de hoek komen en toegevoegde waarde bieden door in te spelen op klantennoden. Zo kregen we vanuit de VS steeds vaker de vraag om gepersonaliseerde houten schijfjes – de zogeheten 'wooden nickels' – te leveren. Wij hadden alleen ervaring met plastic, maar we ontwikkelden een procedé om met afvalhout en afbreekbare hars een houten variant te fabriceren. Daarnaast hebben we ook een biologisch afbreekbare jeton in ons gamma waarvoor we zetmeel uit aardappelschillen als grondstof gebruiken."

Sofie Hermans: "Bovendien mogen we niet blind zijn voor de digitale revolutie in de markt van de beveiliging en toegangscontrole. Daarom zoeken we naar manieren om nieuwe technologie te integreren in onze producten. RFID-tags bijvoorbeeld: minuscule chips om via radiosignalen een object of persoon te identificeren. Door zo'n tag aan te brengen in een polsbandje, kan dat onder meer dienstdoen als betaalkaart. En met de 'smart tokens' voegen we een digitaal verlengstuk toe aan de klassieke jeton, want je activeert er een app mee. Door de jeton te scannen met je smartphone kraak je een code, lanceer je een interactieve game, bespeel je een muziekinstrument enzovoort. Om de technologie te integreren in de schijfjes werkten we nauw samen met verschillende onderzoekscentra."

Middensegment boomt

An Stammeleer: "Zijn jullie niet bang dat technologie het op termijn helemaal gaat overnemen?"

Sofie Hermans: "Het klopt dat organisatoren van grote festivals en topevenementen vandaag al volop speuren naar elektronische alternatieven voor toegangscontrole, voor identificatie en als betaalmiddel. Door zelf nieuwe technologieën te integreren in onze producten proberen we dit te ondervangen."

Voor kleinschaliger evenementen, stadsfestivals en sportmanifestaties is die concurrentie uit technologische hoek veel kleiner. Daar zullen we onze klassiekers nog lang kunnen inzetten. Meer nog: in dat middensegment komen er elk jaar events bij, dus daar verwachten we nog een aanzienlijke groei. Daarbij komt dat de veiligheidsmaatregelen door de terreurdreiging steeds verder worden opgedreven."

Eindelijk in Afrika

An Stammeleer: "In het voorjaar openden jullie een verkoopkantoor in Zuid-Afrika, het allereerste buiten Europa. Vanwaar die zet?"

Sofie Hermans: "We wisten al langer dat Zuid-Afrika een interessante markt was voor de producten van b-token, maar hadden toch wat last van koudwatervrees om ons in zo'n verre bestemmingen te vestigen. Tot de Thomas More Hogeschool in Geel een partnership sloot met de Universiteit van Kaapstad en bedrijven uit de streek zocht die samen met een uitwisselingsstudent hun kans wilden wagen in de Zuid-Afrikaanse markt."

\\ In Latijns-Amerika raken we heel moeilijk door de douane \\

Het initiatief, waarbij een hogeschoolstudent de opstart ter plaatse zou begeleiden, was voor ons het zetje dat we nodig hadden. Sinds begin 2016 is onze vertegenwoordiging er een feit. Naast een veelbelovende afzetmarkt voor onze eventartikelen maakt onze aanwezigheid in Zuid-Afrika ons minder seizoensafhankelijk. Tijdens onze zomer is het daar winter en omgekeerd. En natuurlijk hopen we dat de deur nu op een kier staat naar andere Afrikaanse landen."

Knowhow bij de vleet

An Stammeleer: "Samenwerking met externe partijen loopt als een rode draad door de histo-

riek van Orakel en b-token ..."

Nathalie Breugelmans: "Dat klopt. Hebben we een idee voor een innovatie, dan stappen we daarmee naar een onderzoeksteam en proberen we samen dat idee uit te broeden. Ik denk dat Vlaamse kmo's nog veel te weinig weten dat al die kennis en expertise in ons land voor het rapen ligt bij onderzoekscentra, onderwijsinstellingen, federaties Ook bij Flanders Investment & Trade, trouwens. Vooraleer we onze eerste stap in een nieuwe exportmarkt zetten, nemen wij contact op met jullie vertegenwoordiger ter plaatse."

\\ In ons land liggen kennis en expertise voor het rapen \\

Wag de sprong

An Stammeleer: "Tot slot, welke andere tips hebben jullie voor Vlaamse ondernemers die het willen maken in het buitenland?"

Nathalie Breugelmans: "Luister naar je klant en denk nooit dat iets onmogelijk is. Want door te experimenteren met nieuwe materialen of combinaties van bestaande grondstoffen ontdek je nieuwe procedés of producten. Ik ben ervan overtuigd dat wij nog veel meer kunnen doen dan we vandaag doen met de knowhow, materialen en machines die we in huis hebben. Alleen moeten we zorgen dat onze organisatie kan volgen. Want storten we ons op iets nieuws, dan willen we het natuurlijk ook wel goed doen."

Sofie Hermans: "Op het vlak van export geldt hetzelfde. Ga niet over een nacht ijs, maar laat je ook niet afschrikken door verre of exotische bestemmingen. Het zit in ons bedrijfs-DNA om op een bepaald moment gewoon te springen. Heel af en toe loopt dat minder goed af, maar dat weegt niet op tegen de voldoening van alle mooie internationale avonturen die je beleeft."

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-opportunities in overzichtelijke marktstudies. U kan ze allemaal lezen en downloaden op www.flanderstrade.be, onder de rubriek 'Landen'.

Innovatie in Shanghai

Met de bekendmaking van het 13e 5-jarenplan wil China de verschillende uitdagingen naar een 'nieuwe normale' groei aanpakken. De grote katalysator van deze 21-eeuwse bloei moet ecologisch duurzame innovatie zijn. In deze studie ontdekt u de beleidsplannen van de centrale én lokale regering in Shanghai, hoe Chinese bedrijven zich tot nu toe hebben geïnnoveerd en hoe Vlaamse bedrijven een rol kunnen spelen in deze Chinese drang naar innovatie. Zo wordt er in de periferie van Shanghai volop geïnvesteerd in de uitbouw van een innovatieplatform. Ook voor Vlaamse bedrijven blijken er opportuniteiten te liggen.

The pet food sector in China

Tegelijk met de toename van de koopkracht van Chinese gezinnen, stijgt het budget van de modale Chinees voor zaken als huisdieren, entertainment en hobby's. Aangezien het bezitten van een huisdier bijzonder populair is onder de groeiende middenklasse, mogen we verwachten dat de diervoedingssector veel kansen biedt. Cijfers van marktonderzoeksbureau GfK bevestigen het enorme potentieel. Onze marktstudie duidt hoe en waar Chinezen hun diervoeding aankopen, welke trends er heersen en wie de belangrijkste spelers zijn. Tot slot leest u de regulaties voor bedrijven die willen toetreden tot de Chinese markt.

Elderly care in China

De Chinese bevolking wordt alsmat ouder, dus stijgt ook de vraag naar ouderenzorg. In deze studie leest u over de huidige marktsituatie en over de kansen voor Vlaamse bedrijven.

Gezondheidszorg in Chili

In Chili bestaat een dubbel systeem in de gezondheidszorg: de publieke en de private sector, die de betere reputatie geniet. Onder invloed van de OESO en de Cámara Chilena de Construcción, is de Chileense overheid begonnen met grootse investeringen in de gezondheidszorg. Momenteel is er namelijk een groot tekort aan ziekenhuisinfrastructuur. Eigenlijk moeten er 45.674 ziekenhuisbedden bijkomen om aan de OESO-normen te voldoen.

Daardoor zullen er vóór het einde van 2018 maar liefst 20 nieuwe publieke ziekenhuizen worden geopend. Later zullen er nog eens 40 bijkomen. Parallel loopt er ook een moderniseringsplan voor de bestaande ziekenhuizen. Die zijn in vergelijking met de private instellingen ouderwets en soms onvoldoende ontwikkeld.

Ook de markt voor medicijnen biedt kansen. Die importeert Chili grotendeels. Ons land hoort er bij de top 12 van farmaleveranciers, we hebben er al een goede reputatie. FIT Santiago maakte deze uitgebreide studie voor Vlaamse fabrikanten van medische hulpmiddelen, medicijnen en diagnostiserende middelen die een beter zicht willen op de Chileense gezondheidssector.

De Jones Act in de Verenigde Staten

Binnen de maritieme zone van de VS gelden zeer specifieke wetten. De Jones Act reguleert specifiek het transport van koopwaar binnen de Amerikaanse wateren. Ontdek de impact op de bagger- en maritieme sector.

Interieurdesign voor de hotelsector in de Verenigde Staten

In dit rapport vindt u meer informatie over:

- de laatste evoluties in de constructie van hotels in de VS;
- marktbenadering;
- interessante beurzen;
- relevante vakverenigingen;
- professionele magazines;
- verdelers van Europese producten.

Halal in Duitsland

Moslims mogen alleen halalproducten verbruiken: gemaakt volgens de islamitische voorschriften. Halal gaat over voedsel, maar ook over andere producten, productieprocessen en de manier waarop goederen zijn verpakt. Commerciële partners op de halalmarkt vinden is geen sinecure. Ondanks het feit dat de markt ondoorzichtig en complex is, zijn halalproducten booming business en niet alleen in Duitsland. Volgens het marktonderzoeksinstituut DinarStandard uit New York zal halal tegen 2020 wereldwijd groeien met 6%.

Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

Intussen ...

Voor zijn programma voor beloftevolle IT-start-ups selecteerde Microsoft uit 350 kandidaten ook 2 Vlaamse starters: de Gentse universiteitsspin-off **CoScale** en het Aalsterse **Appiness**. Beide ontvangen een half miljoen dollar aan cloudgoed en software. Ook werken ze 4 maanden gratis in het Londense kantoor van de technologiegigant, waar ze advies en toegang tot mogelijke investeerders krijgen.

Baggeraar **DEME**, Leeuw van de Export 2009, gaat samen met de Franse bouwgroep Eiffage een containerterminal uitbreiden in Freetown, de hoofdstad van Sierra Leone. Het contract is 47 miljoen dollar waard en de werken moeten in het najaar van 2018 afgerond zijn. DEME zal de terminal opspuiten en de ligplaatsen voor containerschepen uitdiepen.

RS Print uit Beringen, een joint venture tussen Materialise en RS Scan, start in het Amerikaanse Detroit met de productie van zijn inlegzolen. Omdat de bestellingen uit de VS stevig in de lift zitten, was lokaal produceren een logische stap. Het procedé is innovatief: met een smartphoneapp wordt een scan van de voet gemaakt, waarna de perfecte zool in 3D wordt geprint.

Universiteitsspin-off **Icometrix** ontving van het Amerikaanse Voedsel- en Geneesmiddelenagentschap FDA een erkenning voor zijn cloudsoftware om hersenscans te analyseren. Belangrijk, want het bedrijf haalde begin dit jaar 2 miljoen euro op om zijn oplossing in de VS te introduceren. Vandaag wordt de software al gebruikt in de EU, Canada en Australië.

Het Britse UKTV van BBC World en Scripps Networks Interactive draait sinds kort op WHAT'S ON van **MediaGeniX**, het softwarepakket waarmee mediagroepen hun volledige contentflow beheren op al hun kanalen en platformen. Ook RTS, de publieke omroep van Franstalig Zwitserland, kondigde aan in zee te willen gaan met de technologiespeler uit Groot-Bijgaarden. MediaGenix werd in juni bekroond tot Leeuw van de Export in de categorie 'Bedrijven met 50 of meer medewerkers'.

Specialist in industriële gebouwen in koudgewalst staal **Frisomat** gaat in Ivoorkust 2 productiehallen voor frisdrank en mineraalwater bouwen voor de West-Afrikaanse SDC-holding. Ook in buurland Ghana lopen de bestellingen goed. De Wijnegemse producent leverde er recent nog een gebouw van 3.000 m² op.

Tijdens de International Cheese Awards 2016 in het Engelse Nantwich viel de Duvelkaas van vader en zoon **Van Tricht** 2 keer in de prijzen. De bierkaas werd verkozen uit ruim 5.000 internationale inzendingen. Ze won de bronzen medaille in de categorie 'Cheese with Savoury Additive' én de gouden medaille voor 'Best International Cheese'.

2

internationale awards ontving het Kortrijkse designbureau **FIVE AM** al voor Dojo Wheels. Deze mobiele unit is een verfrissende interpretatie van de hedendaagse kantoor- en vergaderruimte en was ook te bezichtigen op Interieur 2016 in Kortrijk.

Specialist van industriële voertuigen **MOL** ontving van multinationals Sonatrach (Algerije) en Oil India een reuzeorder van 48 trucks en 82 trailers, samen goed voor 25 miljoen euro. Naast bijkomende infrastructuur gaat de Stadense producent zijn 400-koppige team hiervoor versterken met 15 extra werkrachten. De eerste leveringen zijn al voor begin volgend jaar gepland.



Een nieuw elan voor

ARGENTINIË, mis de boot niet!

Het op zeven na grootste land ter wereld staat bekend om zijn passionele tango, smakelijke steaks en heerlijke wijnen. Beroemde Argentijnen als Messi en paus Franciscus inspireren jongeren in alle continenten. Argentinië stuurt dan wel zijn 'producten' uit, omgekeerd verloopt het minder vlot. Protectionistische maatregelen houden veel buitenlandse ondernemers buiten. Maar de recent verkozen president Macri belooft verandering.



Die kentering zal de weg vrijmaken voor Vlaamse ondernemers. Daarbij kunnen zij rekenen op het advies en de ondersteuning van het kantoor van Flanders Investment & Trade (FIT) in Buenos Aires. Jan De Moor, onze Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) ter plaatse, werkt er al zeven jaar. Ondertussen kent hij de Argentijnse markt en zijn belangrijkste spelers door en door. Die kennis deelt hij graag.

In transitie

Na twaalf jaar links bestuur is nu een nieuwe conservatieve regering aan de macht. Welke impact heeft ze al gehad?

Jan De Moor: "Ze heeft vrijwel meteen de controle over de peso opgeheven. Voordien werd die koers kunstmatig hoog gehouden. Nu zorgt deze verandering op de kapitaalmarkt voor een betere quotering. De lagere koers moet de export stimuleren en buitenlandse investeerders aantrekken. Door de wisselbeperking af te schaffen, kunnen Argentijnen nu vrij dollars kopen. Met hun vermogen in dollars behoeden ze zich voor de hoge inflatie. Ook kunnen bedrijven nu opnieuw producten invoeren zonder voorafgaande toestemming van de overheid. Het businessklimaat klaart dus op.

Bedrijven kunnen nu opnieuw producten invoeren zonder voorafgaande toestemming van de overheid. Het businessklimaat klaart dus op

Momenteel zitten we in een overgangsjaar. Volgens de verwachtingen zal het nieuwe bewind volgend jaar zijn eerste concrete vruchten afwerpen. Dan zullen we zien of buitenlandse investeerders effectief voor Argentinië kiezen en er zorgen voor hogere groeicijfers. Als we mogen afgaan op het succes van het recente Business & Investforum – een soort mini-Davos – waarop vele internationale bedrijfsleiders in Buenos Aires hebben gepromoot wat ze kunnen

betekenen voor Argentinië – is de kans groot dat die prognose uitkomt."

Beter beheer

Wat zijn de sterktes en de zwaktes van de Argentijnse economie?

Jan De Moor: "Argentinië heeft de omvang van een continent en beschikt over enorme natuurlijke schatten. De nieuwe regering zal een nieuwe poging ondernemen om die te ontwikkelen. Daarbij heeft ze lessen uit het verleden getrokken en zal ze ook sociale en etnische groepen niet uit het oog verliezen bij die economische plannen.

In de voorbije jaren doken grote problemen op bij de energiewinning. De ongelukkige aanpak is niet helemaal op rekening van de Argentijnse overheid te schrijven, maar nu zal ze dit dus strenger vastpakken en ook de winning van hernieuwbare energieën op gang trekken. Beterschap op dat vlak zal de handelsbalans rechtstreeks positief beïnvloeden en frustrerende importbelemmeringen zullen verder worden afgebouwd."

In de komende jaren zullen hernieuwbare energie en cleantech hier stevig doorbreken

Argentinië, een landbouwland

Welke sectoren zijn de sterkhouders van Argentinië?

Jan De Moor: "De landbouw, zonder enige twijfel. Maar ook de sectoren energie, mijnbouw en automobiel tonen het gigantische potentieel van het land. De export van Argentijnse landbouwproducten is ontzettend belangrijk. Dat wordt nog altijd zwaar onderkend als we de betekenis van Argentinië voor onze economie proberen in te schatten.

Nederland is de grootste afnemer in de EU van agrarische producten uit de Mercosur-landen, een douane-unie waar Argentinië, Brazilië, Uruguay, Paraguay en Venezuela toe behoren. Onze noordburen importeren voor zo'n 1,9 miljard euro uit Argentinië en voor 6,5 miljard euro uit Brazilië. Een sterk contrast met onze bescheiden invoer uit die landen. En dat terwijl de import van landbouwproducten een directe impact heeft op onze buitenlandse investeringen in Vlaanderen en op de Vlaamse economie. Onlangs nog beklemtoonde een studie van UGent het belang van goedkope voedselvoorziening voor een gezonde economie."

Zakenkansen voor Vlaamse ondernemers

Bieden de Argentijnse kernsectoren meteen ook de meeste opportuniteiten voor onze bedrijven?

Jan De Moor: "Door de vroegere handelsbelemmeringen geraakten vooral uitrustingsgoederen relatief makkelijk voorbij de landsgrenzen. In de meest recente invoerstatistiek komt dat nog duidelijk naar voren. Consumptiegoederen zoals diepvriesgroenten en chocolade hadden het beduidend lastiger. Maar dat zou moeten veranderen nu de Argentijnse regering na drie jaar de beruchte DJAI (Declaración Jurada Anticipada de Importación) heeft afgeschaft eind 2015. Deze voorafgaande invoertoestemming wordt nu vervangen door een eenvoudiger systeem SIMI (Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones) van automatische en niet-automatische invoerlicenties. Hou er evenwel rekening mee dat de Argentijnse koopkracht flink is gedaald door de devaluatie van de peso en de torenhoge inflatie.

In de komende jaren zullen hernieuwbare energie en cleantech hier stevig doorbreken. Daarbij hoop ik dat de regering de tijd zal nemen om weloverwogen en juiste keuzes te maken, want in vele domeinen evolueert de technologie zeer snel met talrijke opties, ook overdreven disruptieve. Het land kan met de juiste beslissingen een innovatiesprong maken."

Strategische binding

Zijn er ook branches die maar moeilijk toegankelijk zijn voor onze ondernemers?

Jan De Moor: "Er zijn ontzettend veel opportuniteiten voor Vlaamse ondernemers, in uiteenlopende sectoren. Jarenlang is er weinig geëvolueerd op onder meer het vlak van infrastructuur. De behoeften zijn dus groot. Maar we slagen er maar met mondjesmaat in om deel te nemen aan internationale tenders en aanbestedingen voor openbare werken. Nochtans worden die hier regelmatig uitgeschreven. Daarvoor zouden Vlaamse geïnteresseerden moeten werken aan strategische allianties met lokale adviesbureaus die aan de procedure kunnen deelnemen. Enkele grotere Vlaamse bedrijven hebben daarom zelfs een vestiging geopend in Argentinië. Sommige landen zoals Italië en Spanje, hebben meer bedrijven met een goede format om in te spelen op de omwenteling naar hernieuwbare energie die hier aan de gang is. Die omwenteling blijkt uit de recente internationale openbare aanbesteding voor 1.000 MW aan projecten. Dit is het eerste luik in het plan Renovar van

het ministerie van Energie en Mijnbouw. Maar liefst 80 bedrijven schreven hierop in met een aanbod van meer dan 6.300 MW. Onze Vlaamse ondernemingen actief in de sector zouden hier eveneens op moeten springen.”

Ideale marktintrede

Bestaat er zoiets als een perfect stappenplan voor ondernemen in Argentinië?

Jan De Moor: “In grote lijnen wel. Wat ik warm aanbeveel: dien je dossier in bij het FIT-kantoor Argentinië. Dankzij ons erg uitgebreide en kwalitatieve netwerk kunnen wij je oriënteren naar relevante contacten. De Argentijnse zakenwereld

draait immers op netwerken. Daarom is het ook essentieel dat je geregeld naar Argentinië komt, zodat je banden kan smeden en aanhalen.

\\ Dé aangewezen vorm is een lokaal partnerschap aangaan \\

Als je hier alleen verkoopt of naar hier exporteert, blijf je steken op occasionele transacties. De grotere bedrijven zijn het Engels wel machtig, maar het Spaans blijft een harde barrière voor veel Vlaamse ondernemers. Ook heeft de gemiddelde kmo niet de middelen om een

eigen vestiging op te richten ter plaatse. Dé aangewezen vorm is een lokaal partnerschap aangaan.”

Helpt FIT ook nog als de trein eenmaal is vertrokken?

Jan De Moor: “Zeker. In Argentinië functioneren bedrijven niet zo heel erg anders dan elders in de wereld. Wel komt het erop aan om de lokale situatie goed te begrijpen. Door de onstabiele munt en de noodzaak om altijd via de dollar te passeren, komt er bijvoorbeeld ook een deel speculatie bij te pas. Dat kleurt een onderhandeling. Als je de juiste vragen stelt, ontdek je de motivatie die erachter schuilt. FIT kan je daarbij helpen.”

“Op goede weg”

Onze Leeuw van de Export 2015 in de categorie ‘Bedrijven met 50 of meer medewerkers’ is aanwezig in meer dan 70 landen wereldwijd. Ook naar Argentinië verscheept het Brugse Pattyn Packing Lines zijn machines voor de bulkverpakking van voeding in dozen. Managing director Stan Pattyn deelt graag zijn ervaring in de Argentijnse markt.

“Sinds 2005 zijn we op een gestructureerde proactieve manier actief in Zuid-Amerika, dus ook in Argentinië. Dat gebeurt via onze businesspartner MT Ideas, gevestigd in Buenos Aires. Zij werken zowel als agent – waarbij wij rechtstreeks contact hebben met de eindklant – en als distributeur. Dan verloopt de verkoop via hen. We zorgen er voor complete lijnen om margarine, tabak en diepvroren brood te verpakken. Specifiek in Argentinië leveren we ook verpakkinglijnen voor rozijnen en pindanoten, typische producten voor de respectievelijke regio’s San Juan en Cordoba.”

Gevestigde reputatie

“Ook vóór onze samenwerking met MT Ideas hadden we al projecten uitgevoerd in Argentinië, maar dan eerder als eenmalige toevalstreffers. Door gaans was dat voor internationale concerns als Cargill en Unilever. We leverden hen namelijk al onze diensten in andere landen en dan vroegen ze ook in Argentinië naar onze oplossingen.

Ondertussen werken we er nog altijd voor grote multinationals, maar sinds 2005 verloopt dat dus echt gestructureerd. De juiste lokale partner vinden is niet altijd makkelijk. Volgens mij kan dat enkel via connecties. Belangrijk voor ons is dat onze partner zich voldoende op onze business kan focussen en niet teveel verschillende merken in portefeuille heeft. MT Ideas beantwoordt aan dat profiel én beschikt over een groot netwerk in onze markt.”

Reserveer voldoende tijd

“Bij de keuze van je lokale partner ga je maar beter niet over één nacht ijs. Je moet hen absoluut kunnen vertrouwen. Zo kenden wij MT Ideas al jarenlang voor we officieel met hen in zee gingen. Inmiddels hadden we een hechte relatie opgebouwd en wisten we dat ze betrouwbaar tewerk gingen. Verzeker je er eveneens van dat ze de juiste ondersteuning kunnen geven om ingevoerde producten vlot en correct door de douane te loodsen. Dat kan trouwens lang duren, pas dus op met het beloven van strakke leveringstermijnen. Voor sommige producten kan je overigens sterk verlaagde invoertaksen bekomen. Dan moet je wel aantonen dat er geen lokale producenten zijn. Onze machines zijn bijvoorbeeld zo een uitzondering. Om hiervoor de vereiste documenten te bemachtigen, moet je door een tijdrovend en kafkaïens proces. Reken maar op een klein jaar.”

De krekels en de mier

“Ik hoef het niet te verbloemen dat zakendoen in Argentinië niet van een leien dakje loopt. Door de regelgeving, maar bovendien onderhandelen Argentijnse zakenlui sterk over de prijs. Argentijnen zijn vaak hoogopgeleid, hoger dan in de andere Zuid-Amerikaanse landen. Maar ze zijn ook gewiekster, dus wees op je hoede.

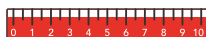
We hebben klanten in zowat heel Zuid-Amerika en voor onze industrie is Chili met voorsprong de makkelijkste markt. Hun economie is bijzonder open, van protectionistische maatregelen is geen sprake. Hoewel ze burens zijn, is verkopen vanuit Argentinië in Chili niet evident en omgekeerd. Beide landen komen historisch gezien niet overeen. Tijdens de Falklandoorlog tussen Argentinië en het VK, kregen de Britten bijvoorbeeld logistieke steun uit Chili. Dat is nog maar een dikke dertig jaar geleden, vandaag zie je nog altijd sporen van die onenigheid.

Als ik denk aan Argentinië en Chili, moet ik altijd denken aan het verhaal van de krekels en de mier, waarbij de Argentijnen de krekels zijn. Ook zij hebben te lang te weinig nagedacht op de lange termijn, en ze sloten de deuren als er problemen opdoken.”

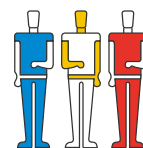
Wordt vervolgd ...

“De nieuwe president Macri probeert de brokken te lijmen en de protectionistische koers te wijzigen. Momenteel gaat de officiële inflatie door het dak, meer dan 40% vertelt een medewerker van MT Ideas me. Een hallucinant percentage, maar de werkelijke inflatie ligt nog hoger. De weg naar een bloeiende en internationale economie in Argentinië is dus nog lang. Maar het gaat wel al in de juiste richting.”

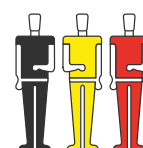
FACTSHEET ARGENTINIË



OPPERVLAKTE
2.780.400 KM²



AANTAL INWONERS
41,45 MILJOEN (2013)



AANTAL BELGEN
ingeschreven in Buenos Aires:
6.246 (januari 2016)



OFFICIËLE TAAL
SPAANS

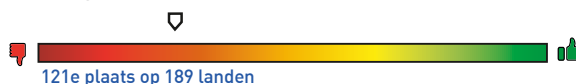


MUNTEENHEID
ARGENTIJNSE PESO (ARS)
1 EUR = 16.97 ARS
(10/10/2016)



In 2014 werd in Argentinië de grootste fabriek ter wereld geopend die soja verwerkt tot biodiesel.

Ease of doing business index



Politiek risico



Commercieel risico (van A tot C)



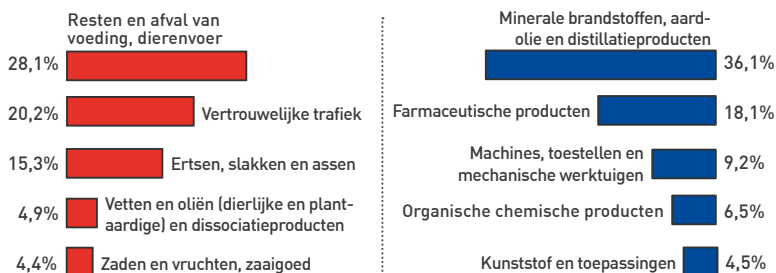
GROEPSZAKENREIS 'ARGENTINIË, URUGUAY & CHILI'

In juni 2017 (datum nog te bevestigen) organiseert FIT samen met Brussel Invest & Export een multisectorale groepszakenreis naar onder meer Argentinië. Op www.flanderstrade.be ontdekt u meer info.

MEER WETEN OVER ZAKENDOEN IN ARGENTINIË?

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 export naar Argentinië: € 498 miljoen (2015)



Vlaamse import uit Argentinië: € 310 miljoen (2015)

Resultaten EXPORTbarometer 2016

Exportierend Vlaanderen op kruissnelheid



Vorig jaar was de Vlaamse export goed voor ruim 300,6 miljard euro. Of we dit recordbedrag in 2016 zullen verbeteren is nog koffiedik kijken. Maar uit de vierde EXPORTbarometer van FIT blijkt alvast dat het vertrouwen in de wereldeconomie positief is en de verwachtingen van exportierend Vlaanderen hooggespannen.

Met de EXPORTbarometer neemt FIT jaarlijks de temperatuur op bij Vlaamse exporteurs. In totaal lieten 501 bedrijven in hun kaarten kijken over hun exportgedrag en -verwachtingen. De enquête geeft vooral een goed inzicht in het exportgedrag van kleine ondernemingen, want meer dan 80% van de deelnemers telt minder dan 50 werknemers.

Vertrouwen in wereldeconomie stabiel

Op een schaal van 1 tot 10 staat het gemiddelde vertrouwen van Vlaamse exporteurs in het economische klimaat op 6,2. Een positieve score en vooral een stabiel plaatje ten opzichte van de editie van vorig jaar.

Buurlanden exportpartners bij uitstek

Dat ruim de helft zijn exportcijfer het voorbije jaar zag toenemen, zit daar ongetwijfeld voor iets tussen. Meer dan 1 op 4 gaf aan dat zijn export met 30% of meer gestegen is ten opzichte van vorig jaar, bijna 20% noteerde zelfs een toename van 50% of meer.

Voor de uitvoer binnen Europa groeide opmerkelijk. Nederland, Frankrijk en Duitsland blijven de belangrijkste handelspartners, al nam het belang van onze oosterburen af ten opzichte van de vorige meting.

Wat de niet-EU-landen betreft zijn de VS, Zwitserland en China topbestemmingen voor onze Vlaamse export. Ook

opmerkelijk: Canada en de VAE nemen aan belang toe. Minder goed is het gesteld met de export naar Centraal- en Zuid-Amerika. Een vijfde van de ondernemingen zag zijn exportstroom naar die regio dalen, een verdubbeling ten opzichte van 2014.

Meer omzet, nieuwe bestemmingen

De exportverwachtingen voor de komende jaren zijn hooggespannen. Bijna drie op vier verwacht een stijging van de omzet uit export en ruim twee derde schat dat het belang van export in de totale omzet zal toenemen. En net zoals in de vorige editie van de EXPORTbarometer hoopt ruim 7 op 10 in de nabije toekomst nieuwe markten aan te boren. Opnieuw kijken ze in de eerste plaats naar andere markten binnen de EU, daarna naar Azië en het Nabije- en Midden-Oosten.

BENIEUWD NAAR MEER RESULTATEN UIT DE EXPORTBAROMETER?

U kan de volledige resultaten raadplegen op www.flandersinvestmentandtrade.com/nl/publicaties.



Treed toe tot de eengemaakte digitale markt

Al gehoord van #BEdigital? Deze nieuwe Belgische campagne zet Europese initiatieven in de kijker die u ondersteunen om een internationale, digitale onderneming op te starten of uit te breiden. Het is een van de vele acties waarmee Europa streeft naar een eengemaakte digitale markt.



De digitale revolutie verandert volop onze maatschappij, zowel privé als professioneel. Maar nog niet alle bedrijven en consumenten kunnen de digitale hulpmiddelen al even vlot inzetten of er de vruchten van plukken. Om daar verandering in te brengen, wil Europa een digitaal eengemaakte markt creëren.

Daarop kunnen zowel individuen als bedrijven onbeperkt onlineactiviteiten uitbouwen en gebruiken. Ongeacht hun nationaliteit of woonplaats. Maar uiteraard wel binnen de grenzen van eerlijke concurrentie en met respect voor persoonlijke gegevens.

Uitgebreid actieplan

Om die eengemaakte markt te bereiken, werkt de Europese Commissie met **drie pijlers**:

1. Een juist klimaat scheppen, waarbij alle Europese digitale netwerken en diensten dezelfde gunstige voorwaarden genieten, zodat ze maximaal bloeien.
2. Maximale groei ruimte geven aan de Europese digitale economie, door bijvoorbeeld

de digitale skills van consumenten aan te scherpen.

3. Een betere toegang tot digitale goederen en diensten verzorgen, zowel voor consumenten als bedrijven en over alle landsgrenzen heen.

E-commerce verder laten boomen

De nieuwste Belgische campagne #BEDigital, georganiseerd door de Europese Commissie en het Informatiebureau van het Europese Parlement, zet vooral in op dat laatste punt. Ze stimuleert jonge ondernemers om internationaal een digitaal bedrijf te starten of uit te breiden.

Daarvoor brengt de campagne enkele Europese steunprogramma's voor het voetlicht:

- **Start-up Europe**: dit initiatief wil het juiste businessklimaat creëren waarin start-ups uit de IT-sector kunnen bloeien. Zo biedt het advies en juridische ondersteuning aan startende digitale ondernemers.
- **Erasmus for Young Entrepreneurs**: als jonge ondernemer krijgt u via dit programma de

kans om in het buitenland uw professionele vaardigheden bij te schaven, nieuwe markten te ontdekken en partnerships aan te gaan.

- **KMO-Instrument**: wil u innovatieve technologie commercialiseren, dan maakt u via dit instrument kans op subsidies, coaching en advies.
- **European Fund for Strategic Investments (EFSI)**: als kmo of start-up kan u via dit fonds met EU-steun een investeringskrediet aanvragen.
- **Europe Enterprise Network Vlaanderen**: wil uw bedrijf innoveren of uitbreiden naar het buitenland, dan geven de experts van dit netwerk u graag advies over de Europese wetgeving en helpen ze u om financiering en buitenlandse partners te vinden.

Tal van succesverhalen

#BEDigital pakt uit met vijf getuigenissen van Vlamingen die dankzij deze steunmaatregelen een succesvol, internationaal bedrijf uitbouwden. Lees er verderop twee en laat u inspireren voor uw eigen digitale plannen.

Phyt: onlineverkoop van sierlijke luchtplanten

Een van de succesvolle digitale ondernemingen die met de #BEDigital-campagne in de kijker worden gezet, is de webwinkel Phyt van de Gentse Sofie Vertongen. Ze verkoopt online sierlijke luchtplanten van de Tillandsia-familie, in speciaal ontworpen houders. Voor de oprichting van haar zaak kon ze rekenen op expertise van Enterprise Europe Network Vlaanderen.

Tijdens een roadtrip doorheen Californië zag Sofie Vertongen hoe vele woningen, winkels en restaurants versierd werden met luchtplanten van de Tillandsia-familie. Ze zijn ongeveer 10 tot 20 cm hoog, en houden het midden tussen riet en cactussen.

Eenmaal terug in België bleek de soort hier nauwelijks te verkrijgen in de handel. Dus startte Sofie in september 2015 haar webshop

Phyt om de luchtplanten zelf online te verkopen, in creatief bewerkte houders.

Steun voor internationale handel

Online bestaan geen landsgrenzen, ook niet voor de webwinkel van Sofie Vertongen. Ze verkoopt de planten in tal van Europese landen, en importeert ze via een Spaanse topkweker. Het basismateriaal voor de houders komt uit China.

Voor deze internationale activiteit kon de zaakvoerder rekenen op de knowhow van Enterprise Europe Network Vlaanderen over invoerrechten en -taksen. Zo kwam ze te weten dat de invoertaks op producten uit China forfaitair is, los van de waarde van de

geïmporteerde accessoires. Ze kocht dus beter meteen een grote hoeveelheid in.

Tip voor starters

Ongetwijfeld heeft Sofie Vertongen een goede tip voor wie ook aan internationale e-commerce wil doen: "Zorg dat het verhaal klopt. Begin niet zomaar iets. En verricht veel opzoekingswerk: spreek mensen aan en verzamel info voor je begint. Zo vermijd je boetes en problemen."

**\\ Zorg dat het verhaal van uw bedrijf klopt. Begin niet zomaar iets. **

“#BEdigital stimuleert jonge ondernemers om een digitaal bedrijf te starten of internationaal uit te breiden”

FEops: ontwikkeling van medische implantaten via 3D-simulatie

Een ander succesvol digitaal bedrijf uit #BEdigital-campagne is FEops. Deze onderneming ondersteunt cardiologen en fabrikanten van medische hartimplantaten met computeranalyses waarbij een 3D-simulatie van de plaatsing van het implantaat gecombineerd wordt met 3D-beelden van het hart van de patiënt. FEops is opgericht in 2009, als een spin-off van UGent, door drie ingenieurs met een biomedische achtergrond. De eerste toepassing die het bedrijf heeft ontwikkeld, is de TAVIguide. Deze toepassing simuleert wat er gebeurt wanneer een specifieke aortaklep op een specifieke plaats wordt geïmplanteerd bij een specifieke patiënt: hoe het bloed zal stromen en welke druk er is op de aorta en de zenuwenbanen van het hart ... Dankzij deze voorspellingen, die preklinisch

gevalideerd zijn, kan een arts vooraf de optimale keuzes maken. Dit kan uiteindelijk de kans op complicaties verminderen en de overlevingsgraad gevoelig verhogen.

Europese financiële steun

Voor de ontwikkeling van zijn technologie kon FEops onder meer rekenen op steun van het KMO-Instrument. Zo krijgt het bedrijf 50.000 euro steun voor een haalbaarheidsstudie en 3 dagen coaching door een specialist in het vermarkten van innovatieve, cardiovasculaire producten en diensten. De experts van Enterprise Europe Network Vlaanderen hielpen FEops bij het indienen van de subsidieaanvraag en het doorlopen van het ondersteuningstraject.

“De steun van het KMO-Instrument kocht me op het juiste moment voldoende tijd voor mezelf en de anderen om te focussen op ons businessplan. Nu hebben we een beter zicht op wat onze focus moet zijn, wat ons anders maanden extra had gekost, en voor een start-up zijn maanden cruciaal”, vertelt CEO Matthieu De Beule.

Tip voor starters

Die focus is volgens Matthieu De Beule heel belangrijk: “Je moet als bedrijf weten welke markten waardevol zijn.” De markt van aortaklepipplantaten is dat zeker. Tegen 2020 zal ze wereldwijd naar schatting 5 miljard euro waard zijn.

LAAT U HELPEN!

Wil u een internationale, digitale start-up lanceren? Of is uw bedrijf al actief op het internet, maar wil u de Europese markt aansnijden? Contacteer dan eerst Enterprise Europe Network Vlaanderen via enterprise.europe@vlaanderen.be.



Onthaalstand 'Belgische dagen Expo Lahore Chamber of Commerce' Lahore

23 tot en met 27 november 2016

Dankzij een gezamenlijk initiatief van FIT, AWEX en de lokale Kamer van Koophandel in Lahore kunnen bedrijven uit verschillende sectoren gratis hun productcatalogi voorstellen op de Pakistaanse markt.

De Kamer van Koophandel in Lahore brengt dit evenement onder de aandacht van haar leden en de lokale media. Onze economische attaché, Abid Husain, zal er de deelnemende Belgische bedrijven vertegenwoordigen.

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

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

Ecobuild Londen

27 februari tot en met 2 maart 2017

Ecobuild is hét jaarlijkse evenement voor duurzaam bouwen in het VK. Het staat bekend als lanceerplatform voor de nieuwste trends en ontwikkelingen in de bouwsector. Bent u actief op de markt van de duurzame bouwmaterialen én hebben uw producten een 'groene' kant, dan is Ecobuild de place to be.

Op de vorige editie waren er 33.319 bezoekers, waarvan 9% internationaal uit 90 landen. Die kwamen vooral uit Ierland, Frankrijk, Italië, Duitsland en Nederland, maar ook uit China, de VS en India. Bezoekers zijn o.m. architecten, projectontwikkelaars, lokale overheden, consultancy-bureaus enz.

INSCHRIJVEN? Tot en met 28 november 2016 op www.flanderstrade.be

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

IFE Londen

19 tot en met 22 maart 2017

IFE, the International Food & drink Event in Londen, is de meest vooraanstaande ontmoetingsplaats in het VK voor spelers uit de levensmiddelen-sector. FIT is opnieuw aanwezig op de editie 2017. Op dit tweejaarlijkse evenement worden traditioneel veel beloftevolle contacten gelegd.

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

CONTACT? Annemieke De Tollenaere op 02 504 87 33 of annemieke.detollenaere@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