

# wereld WIJS

88

08\2016



**MediaGeniX en Aucxis  
zijn de nieuwe Leeuwen!**

Zwitserland, bloeit daar iets moois?

LEEUW  
VAN DE  
EXPORT

LEEUW  
VAN DE  
EXPORT



In gesprek met de **Leeuwen 2016**

## Zakendoen in Zwitserland



19 **Exportbeurs**  
23 **Leeuw van de Export 2016**

## en verder ...

**3** Edito \ **10** Marktinformatie \ **12** Intussen ... \ **28** Maak een succes van uw innovatieplan, samen met onze noorderburen! \ **30** Kalender

**“Proficiat, Aucxis en MediaGeniX!”**

Beste lezer,

Eind juni was het weer zover: de spannende strijd om onze exportprijs. Voor deze vijftiende editie staken we de Leeuw van de Export in een nieuw jasje. Inhoudelijk veranderde er niets, het blijft de bekroning van een uitmuntend exportparcours. Maar dit jaar vormde de prijsuitreiking de klap op de vuurpijl van onze driedaagse Exportbeurs.

Onze primeur was meteen een schot in de roos. Meer dan 1.500 bedrijven kwamen inspiratie en antwoorden zoeken bij 50 exposanten, op 36 seminaries en workshops en tijdens bijna 3.000 persoonlijke gesprekken met onze landenexperts. De Brexit was uiteraard een hot topic. FIT volgt de situatie op de voet en zal zowel de Vlaamse uitvoerders naar het VK als de Britse investeerders in Vlaanderen uitgebreid informeren en ondersteunen. Net zoals u dat van ons gewend bent in andere markten. Met specifieke vragen kan u terecht bij Meldpunt Brexit, een e-loket dat we hiervoor hebben opgericht, via [brexit@fitagency.be](mailto:brexit@fitagency.be).

Tijdens de Exportbeurs hoorden we zoveel mooie exportverhalen en boeiende exportplannen dat we de komende jaren zeker mogen zijn van indrukwekkende Leeuwkandidaten. Het bewees voor mij nog maar eens het belang van de Leeuw van de Export. We kunnen immers niet genoeg onze Vlaamse wereldtoppers in de schijnwerpers plaatsen.

En dat is exact wat Vlaams minister-president Geert Bourgeois deed tijdens de prijsuitreiking. Hij kondigde winnaar Aucxis aan in de categorie ‘Bedrijven met maximaal 49 medewerkers’, en MediaGeniX in de categorie ‘Bedrijven met 50 of meer medewerkers’. Van harte proficiat! Verderop in dit nummer stellen we hen uitgebreid aan u voor.

We feliciteren evenzeer genomineerden Chemicar Europe, iText Group, Eurofins Digital Testing Belgium en Nelissen Steenfabrieken. Ook zij mogen ontzettend trots zijn. Ik ben ervan overtuigd dat we nog vele exportsuccessen van hen zullen horen.

Ik wens u veel leesplezier en een deugdlopende vakantie.

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](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
[wereldwijs@fitagency.be](mailto:wereldwijs@fitagency.be)  
[www.linkedin.com/groups](https://www.linkedin.com/groups)  
[twitter.com/FlandersTrade](https://twitter.com/FlandersTrade)

### Verantwoordelijke uitgever:

Claire Tillekaerts.

### 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](mailto:wereldwijs@fitagency.be) met uw adresgegevens.





# Aucxis

# onze kersverse 'kleine' Leeuw van de Export 2016!

De expert in automatisering van tijdkritische industriële processen **Aucxis** wint onze exportprijs in de categorie **'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers'**. Neem een kijkje op gelijk welke vis-, fruit- of bloemenveiling ter wereld, en je hebt 8 op 10 kansen dat daar de e-trade systems van Aucxis worden gebruikt. Met deze splinternieuwe Leeuw voegen we dus opnieuw een wereldmarktleider toe aan de Leeuwen-erelijst. Daarnaast ontwikkelt de Oost-Vlaamse kmo ook procescontrolesystemen en zet ze fel in op RFID-automatiseringsoplossingen.

Toen Vlaams minister-president Geert Bourgeois het nieuws aankondigde, sprong de Aucxis-delegatie een gat in de lucht. Het bleek overduidelijk dat de deelname breed werd gedragen binnen het bedrijf. De dag nadien trok Wereldwijs met Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationale Handel bij FIT, naar Stekene voor felicitaties en een uitgebreid gesprek met CEO Geert Vonck. In zijn bureau staat de Leeuwentrofee te blinken, in afwachting van zijn definitieve plek waar de award in het oog moet springen.

## De grote vreugdeontlading

**Dirk Van Steerteghem:** "Nogmaals proficiat met deze overwinning. Hoe waren de eerste reacties?"

**Geert Vonck:** "Echt fantastisch! Na de uitreiking stroomden de felicitaties binnen, tot uit China. Via sociale media gaat zo'n nieuws als een lopend vuurtje. Deze voormiddag heb ik vooral iedereen geantwoord en bedankt voor de gelukwensen. En straks vieren we nog eens met alle collega's, want dit resultaat is neergezet door onze hele ploeg. We hadden de receptie met potlood in de agenda gezet en we zijn ontzettend blij dat die afspraak kan doorgaan. Het is de ideale kroon op het werk, want tenslotte zijn we met z'n allen vier maanden bezig geweest met de Leeuw van de Export en hebben we er hard naartoe geleefd."

## Nu of nooit

**Dirk Van Steerteghem:** "Waar denk je dat Aucxis het verschil heeft gemaakt?"

**Geert Vonck:** "Helemaal zeker weet je dat nooit, maar we kunnen uitpakken met een aantrekkelijk en innovatief productgamma. Dat bestaat uit totaaloplossingen om de veiling en verkoop efficiënt te laten verlopen. Bovendien zijn het duurzame producten die transparantie brengen in de keten van voedselveiligheid.

Ook brengen we een verhaal van continuïteit dat al ruim dertig jaar duurt, waardoor we de top in de internationale veilingwereld konden

bereiken. Onze omzet- en exportcijfers groeien jaarlijks gemiddeld met 6%. Geen spectaculaire cijfers, maar wel een bijzonder stabiel plaatje. We beschouwen onszelf als een langeafstandsloper die zijn jarenlange training en ervaring weet te verzilveren. Daarom dachten we wel kans te maken op de Leeuw van de Export. Omdat we stilaan de 50 medewerkers naderen en we dan in de categorie van grote bedrijven moesten strijden, hadden we ook een 'het is nu of nooit'-gevoel en zijn we er voor de volle 100% voor gegaan."

\\ **We zijn als een langeafstandsloper die zijn jarenlange training en ervaring weet te verzilveren** \\

## De voordelen van bekend zijn

**Dirk Van Steerteghem:** "Welke impact zal de titel hebben, of waar hoop je op?"

**Geert Vonck:** "In de eerste plaats betekent de award bloemen en pluimen voor onze medewerkers. Wij prijzen ons erg gelukkig met ons team, en het is super dat ook een externe organisatie bevestigt dat we goed bezig zijn. Om onze verwachte groei te dragen, zijn we op zoek naar verschillende profielen in sales, techniek en ICT. Dat is niet makkelijk, want de lat ligt hoog. Daartegenover bieden we onder meer een fijne werkomgeving. Dat toont toch ons personeelsverloop, dat uiterst laag ligt. De gemid-

—ID—

Bedrijf: Aucxis

Sector: automatisatie

Oprichting in: 1985

Aanwezig in: 60 landen, wereldwijd

Hoofdkwartier: Stekene

Aantal medewerkers in 2015: 47

Omzet in 2015: > 6 miljoen euro

% aandeel export in omzet 2015: 74%

delde anciënniteit bedraagt vijftien jaar, wat vrij uitzonderlijk is voor een technologiespeler.

Terwijl we in de veilingwereld inmiddels incontournabel zijn, kunnen we nog wel wat naam-bekendheid gebruiken voor onze meest recente businessunit. Die hebben we zes jaar geleden opgericht voor de ontwikkeling van automatiseringsoplossingen op basis van RFID-technologie. RFID staat voor radio-frequency identification en maakt gebruik van radiosignalen om draadloos informatie te lezen en te versturen via tags in of op objecten. Identificatie, locatiebepaling en tracking & tracing worden mogelijk via deze innovatieve technologie. Zo kunnen we bijvoorbeeld vis traceren doorheen de hele keten dankzij een uniek serienummer dat draadloos wordt opgevraagd via RFID-leesoplossingen.

Met het winnen van de Leeuw van de Export krijgen we veel positieve aandacht, die ongetwijfeld zal bijdragen aan onze naambekendheid en imago."

\\ Om onze verwachte groei te dragen, zijn we op zoek naar verschillende profielen in sales, techniek en ICT \\

### Op meerdere sporen

**Dirk Van Steerteghem:** "Door de jaren heen is Aucxis stevig veranderd, van eenmanszaak tot sterke technologiespeler. Hoe is dat verlopen?"

**Geert Vonck:** "Al van bij de start zetten we in op innovatie. Toen was de concurrentie uit vooral Nederland en Frankrijk groot. Doordat we maatwerk en flexibiliteit konden leveren tegen een lage prijs, zijn we erin geslaagd om een sterke marktpositie te veroveren. Voeg daarbij onze innovatieve primeurs als de veilingklok met ledverlichting, het thuiskoopstroom, de mobiele veilklok of een eerlijk transactietoekeningsprotocol, en het wordt duidelijk dat we niet op onze lauweren rusten. Die luxe hebben we niet.

In onze niche is groei immers niet oneindig, er zijn nu eenmaal maar zoveel veilingen. We moeten wel verder kijken en nieuwe grenzen aftasten. Dat doen we op meerdere vlakken. Zo verbreden we met export onze afzetmarkt. In de veilingsector richten we ons procesmatig op alle fases: verkoop, administratie, bewaring en nu ook logistiek. En tegenwoordig mikken we met onze RFID-businessunit op meer dan alleen de agrarische industrie, van oudsher

onze focussector. Hier zetten we ook voluit in op farma, gezondheidszorg, verhuur & pooling, veiling en openbaar vervoer."

### Van alle markten thuis

**Dirk Van Steerteghem:** "Gooien jullie het daarbij over een compleet andere boeg?"

**Geert Vonck:** "Het vergt inderdaad een andere aanpak, want we begeven ons op nog relatief nieuw en onbekend terrein. Daarom is het zaak om zo snel mogelijk solide referenties op te bouwen in RFID. Dat is een groot verschil in benadering met onze businessunits e-trade systems en process control, waar we al een stevige reputatie genieten. Daar werken we met een netwerk van agenten en dealers. Met onze RFID-businessunit timmeren we aan de weg via vakbeurzen, prospectie, netwerking, seminars, deelnames aan openbare aanbestedingen en nu dus hopelijk ook een beetje via de Leeuw van de Export.

Onze cijfers tonen dat we op het juiste spoor zitten: de omzet van onze RFID-businessunit is van 2013 tot 2015 meer dan verdrievoudigd. In eigen land behoren we in dit marktsegment tot de top drie van RFID solution providers. We slagen er bovendien in om ook grote spelers, zelfs globale concerns, te winnen als klanten. Ons gamma aan eigen RFID-producten breidt aanzienlijk uit, zowel voor hard- als software. Opnieuw maken we hier het verschil met de concurrentie door die kwaliteit te koppelen aan een flexibele en maatgerichte aanpak.

Eerst richtten we ons met onze RFID-businessunit vooral op onze focussectoren in eigen land, dan volgden Nederland en Frankrijk. Nu staat de rest van West-Europa op ons actieplan. Met resultaat. Zo rijfden we onlangs een groot project in Noorwegen binnen. Als we dit jaar maar de helft van onze offertedeals binnenhalen, verdubbelen we al ruim onze streefcijfers. Onze internationale toekomst ziet er veelbelovend uit met dit enorme groeipotentieel."

### Leren van experts

**Dirk Van Steerteghem:** "Zijn er bepaalde zaken die je vandaag anders zou aanpakken?"

**Geert Vonck:** "We hebben door de jaren heen veel zelf moeten uitvinden. Nu zou ik een pak sneller een opleiding volgen of laten volgen, of een externe consultant inschakelen. Elke investering die iemand sneller of beter laat werken, is de moeite waard. Daarop mag je niet besparen. Ook is het minder evident om projecten te exporteren dan producten. Daarom moet je het contract zodanig opbouwen dat je op het einde van de rit

wel al je centen ziet. Dat hebben we helaas eerst moeten ondervinden om daaruit te leren.

Nu vind ik het eveneens jammer dat we niet vaker een beroep hebben gedaan op FIT. Zo hebben we een geval van wanbetaling in India, waar de laatste fase onbetaald is gebleven. Dankzij onze ingebouwde beveiliging konden we verhinderen dat het bedrijf onze software nog gebruikte. Toen ik hierover gisteren met de FIT-vertegenwoordiger uit Mumbai sprak, stelde hij voor om contact op te nemen. Vanuit een ambassade kan zo'n gesprek vaak wel het gewenste effect hebben. Daar had ik dus zelf nog niet aan gedacht. We hebben op de Exportbeurs en de uitreiking van de Leeuw dan ook de banden sterker aangehaald en gesproken met een 20-tal FIT-vertegenwoordigers in landen waar we potentieel zien voor onze producten."

\\ In onze niche is groei niet oneindig, we moeten wel verder kijken en nieuwe grenzen aftasten \\

### Ambassadeursrol met verve

**Dirk Van Steerteghem:** "Ook de Leeuw van de Export krijgt een ambassadeursrol voor Vlaanderen. Hoe zien jullie die invulling?"

**Geert Vonck:** "Niet alleen in de landen waarin we actief zijn, zetten we Vlaanderen op de kaart. We brengen ook buitenlands klanten, prospects en partners in contact met veilingen en kwekers in de Vlaamse vis-, bloemen-, fruit- en groentesector. Zo werken we in beide richtingen aan de promotie van Vlaanderen."

### KLAAR VOOR DE VOLGENDE STAP IN UW INTERNATIONALISERINGS-PROCES?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) vindt u in de rubriek 'Onze dienstverlening' alle adressen en contactinfo.



# MediaGenix

# onze 'grote' exportleeuw met wereldambities

Onze exportleeuw in de categorie **'Bedrijven met 50 of meer medewerkers'** is groot in een kleine niche. **MediaGeniX** ontwikkelt en implementeert namelijk een softwarepakket waarmee mediahuizen al hun content beheren. Het technologiebedrijf uit Groot-Bijgaarden is Europees marktleider, maar scheert tot ver daarbuiten hoge toppen. Tijdens de awardshow stak CEO Dirk Debraekeleer zijn torenhoge ambitie dan ook niet onder stoelen of banken: "Over enkele jaren willen we een echte wereldspeler zijn."

"WHAT'S On doopten we ons pakket", vertelt Dirk Debraekeleer bij een stuk leeuwentaart aan Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationale Handel bij FIT. "Mediagroepen beheren er de volledige flow en planning van hun uitzendingen en content mee op hun verschillende platformen, vanaf de aankoop van het materiaal tot het moment waarop het bij de consument terecht komt. Je zou ons softwarepakket het ERP-systeem van de broadcasters kunnen noemen. In totaal draaien 1700 kanalen van 65 mediagroepen op onze software."

**\\ In eigen land zijn we een nobele onbekende. We hopen dat de Leeuw van de Export daar verandering in brengt \\**

## Groot in nichemarkt

**Dirk Van Steerteghem:** "MediaGeniX mag zich een jaar lang Leeuw van de Export noemen, hoe voelt dat?"

**Dirk Debraekeleer:** "We zijn natuurlijk apetrots op deze overwinning. Vooral voor de medewerkers is de prijs een echte opsteker. Elke dag opnieuw zijn zij gepassioneerd met hun vak bezig, maar nu komen we wel plots als de beste uit een benchmarkstudie van exporttoppers. Dat is toch een bevestiging dat we wel degelijk goed bezig zijn."

Ook onze klantencommunity heb ik meteen op de hoogte gebracht. Ik beschouw de Leeuw van de Export ook een beetje als hun award. Zij geven ons namelijk al vele jaren hun vertrouwen. En kennen de buitenlandse mediagroepen deze award niet, fier zullen ze zeker zijn. Verder is MediaGeniX groot in een kleine niche. Dat betekent dat we in eigen land een nobele onbekende zijn. Ik hoop dat de Leeuw van de Export daar verandering in brengt."

## Content is koning

**Dirk Van Steerteghem:** "Jullie zijn actief in een kleine niche, maar wel een die razendsnel evolueert. Welke veranderingen komen nog op ons af?"

**Dirk Debraekeleer:** "Of het nu over technologie, consumentengedrag, businessmodellen of regelgeving gaat: ik ken geen enkele andere branche die op al die vlakken zo snel evolueert als de mediawereld. Tot voor kort was een lineair zendschema de centrale spil, vandaag doen mediagroepen aan contentbeheer. Afhankelijk van het contenttype bepalen ze welk kanaal ze inschakelen. Er zijn immers steeds meer toestellen – vooral mobiele – waarop mediacontent wordt geconsumeerd. En terwijl de lineaire uitzendschema's en ondemandstromen vandaag nog grotendeels op aparte sporen zitten, zullen ze in de nabije toekomst alsmear meer verweven raken. Op eenzelfde scherm zal je tijdens een lineaire uitzending allerhande extra's kunnen opvragen. Deze shift heeft niet alleen grote gevolgen voor de

content zelf, ook voor adverteerders schept het tal van nieuwe mogelijkheden. Op die verschillende trends bereiden mediahuizen – en wij als softwareleverancier – zich vandaag al voor."

## Als een lopend vuurtje

**Dirk Van Steerteghem:** "MediaGeniX spruit voort uit een spin-off van de VUB. Hoe bouwden jullie je klantenportefeuille uit?"

**Dirk Debraekeleer:** "In 1992 kregen we van de toen nog jonge commerciële zender VTM de vraag om een planningssysteem te maken voor hun zendschema's. Televisiekijken on

—ID—

Bedrijf: MediaGeniX

Sector: mediatechnologie

Opgericht in: 1992

Hoofdkantoor in: Groot-Bijgaarden

Aanwezig in: 25 landen

Aantal medewerkers (VTE) in 2015: 75 (aangevuld met een netwerk van contractors en experts)

Omzet in 2015: 21 miljoen euro

% aandeel export in omzet 2015: 73%



demand bestond nog niet en ook de advertentiemogelijkheden waren een stuk beperkter dan vandaag.

Maar het was wel de periode waarin commerciële tv overal in Europa opgang maakte. Dus de maanden en jaren daarna kwamen veel van die zenders via VTM met ons in contact. De Denen beten de spits af, de rest van Scandinavië volgde dankzij mond-tot-mondreclame, want zo gaat dat nu eenmaal in een nichemarkt. Met WDR zetten we even later ook onze eerste stappen in de Duitse markt.

Naast de vele commerciële zenders sprongen ook steeds meer publieke omroepen op de kar. En toen ondemanddiensten opkwamen, betekende dat een fikse uitbreiding van ons speelveld met onder meer telecom- en kabeloperatoren en serviceproviders."

\\ De voorbije jaren ontpopten we ons van technologiestart-up tot groeibedrijf. En dat gaat onherroepelijk gepaard met groeipijnen \\

## Referentie van formaat

**Dirk Van Steerteghem:** "Vandaag draait MediaGeniX twee derde van zijn omzet in thuismarkt Europa, jullie zijn er ook marktleader. Is er nog groeipotentieel?"

**Dirk Debraekeleer:** "Zeker weten. Wel zitten we in een luxepositie: nieuwe mediagroepen worden heel vaak aangebracht door bestaande klanten. Zo haalden we in het VK onlangs nog drie kleppers binnen. Vooral BBC is een referentie van formaat, want we krijgen er meteen wereldwijde exposure door. Bovendien is het een groep die zichzelf volledig aan het heruitvinden is, en daar bouwen we met onze software natuurlijk graag aan mee.

Maar in Zuid-Europa, bijvoorbeeld, zijn we nog niet overal even sterk vertegenwoordigd. En zelfs in de Scandinavische landen, waar de WHAT'SOn-fans van het eerste uur zitten, zijn er vandaag mediagroepen die ons pakket niet gebruiken. Ook in Oost-Europa zijn er nog groeikansen. Al merken we wel dat de investeringen daar momenteel op een lager pitje staan."

## Een echte wereldspeler

**Dirk Van Steerteghem:** "Tijdens de awardshow stak je je torenhoge ambities niet onder stoelen of banken: een echte wereldspeler worden. Waar zijn jullie buiten Europa al actief?"

**Dirk Debraekeleer:** "Veel internationale media-

groepen hebben hun hoofdkwartier in de VS, dus daar mogen wij niet ontbreken. We werken er samen met een partner. En ook in Latijns-Amerika lopen verschillende projecten. Verder mogen we het Midden-Oosten niet links laten liggen, want het is een aanzienlijke mediahub. Alleen kunnen we er door de lange beslissingsprocessen niet zo snel schakelen als we wel zouden willen."

## Manueel is goedkoper

**Dirk Van Steerteghem:** "Recent maakten jullie ook de sprong naar het Verre Oosten?"

**Dirk Debraekeleer:** "Inderdaad, deze regio wordt een van de focuspunten voor de komende jaren. Eind vorig jaar openden we een kantoor in Singapore en onze Thaise vestiging is sinds kort een feit. Naambekendheid hebben we er nog niet en de broadcastcultuur zit er compleet anders in elkaar. Bovendien worden we er geconfronteerd met erg lage loonkosten, waardoor manueel plannen vaak nog goedkoper is dan automatiseren.

Voor onze teams ter plaatse komt het er dus op aan om voeling te krijgen met de specifieke noden van die nieuwe markt en daarop in te spelen. En dat begint stilaan te lukken. Naast een rechtstreekse marktbenadering krijgt ook ons lokale netwerk van systeemintegratoren er stilaan vorm. Nu is het zaak om enkele referentieprojecten te realiseren en we zijn vertrokken. Met onze aanwezigheid ter plaatse tonen we potentiële klanten in elk geval dat het ons menens is."

\\ Het is koffiedik kijken waar de mediawereld over tien of vijftien jaar staat, maar wij moeten in het middelpunt blijven van die snel evoluerende markt \\

## Concurrenten rond de tafel

**Dirk Van Steerteghem:** "De jury was vooral gecharmeerd door jullie innovatiestrategie via cocreatie. Hoe gaan jullie concreet te werk?"

**Dirk Debraekeleer:** "Van hun softwarepartner verwachten mediagroepen continue innovatie. Nieuwe releases van WHAT'SOn – we doen er drie per jaar – bereiden we voor in nauwe samenwerking met onze klanten. Daarvoor zetten we gebruikerscommunity's op poten en organiseren we sessies om onze klanten de nieuwe functionaliteiten te laten testen en vervolledigen. Zelfs concurrerende broadcasters zitten

samen aan tafel om mee te bouwen aan de businessapplicatie. Dat is vrij uniek, want in de mediasector heerst een bikkelharde competitie. Maar onze community groeit zo snel, dat wij ervoor moeten zorgen dat we zelf kunnen bijbenen met alle nieuwe ideeën die zij ons aanreiken. Alleen zo kunnen onze klanten dankzij ons pakket blijven vooroplopen. Het is koffiedik kijken waar de mediawereld over tien of vijftien jaar staat, maar wij moeten in het middelpunt blijven van die snel evoluerende markt."

\\ In Europa zitten we in een luxepositie: nieuwe mediagroepen worden heel vaak aangebracht door bestaande klanten \\

## Groeipijnen en kleerscheuren

**Dirk Van Steerteghem:** "Niet alleen jullie klantencommunity groeit snel, ook de organisatie zelf. Hoe houden jullie alle neuzen in dezelfde richting?"

**Dirk Debraekeleer:** "De voorbije jaren ontpopten we ons van technologiestart-up tot groei-bedrijf. En dat gaat onherroepelijk gepaard met groeipijnen. Naarmate onze contracten omvangrijker worden, moeten we onze projecten ook een stuk strakker managen. Dat gaat met vallen en opstaan, en af en toe wat kleerscheuren.

Verder heeft een grotere organisatie nood aan andere structuren en communicatielijnen. Ook de bedrijfscultuur moet goed worden bewaakt, zeker in de buitenlandse kantoren. Onze collega's in Singapore, Thailand en Macedonië moeten zich evenzeer deel van MediaGeniX voelen. Daarom investeren we bijvoorbeeld actief in bruggenbouwers tussen onze verschillende vestigingen."

## KLAAR VOOR DE VOLGENDE STAP IN UW INTERNATIONALISERINGSPROCES?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) vindt u in de rubriek 'Onze dienstverlening' alle adressen en contactinfo.

# Marktinformatie

Geregeld bundelen onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) de lokale zakenopportuniteiten in overzichtelijke marktstudies. U kan ze allemaal lezen en downloaden op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be), onder de rubriek 'Landen'.



Download alle marktstudies op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

## **Nanotechnologie in China**

China's ontwikkeling in de nanotechnologie is volop aan het groeien. Het land is sinds 1995, het introductiejaar van de nanotechnologie, gegroeid van 20 naar meer dan 2.000 bedrijven actief in de sector. FIT Guangzhou onderzocht de markt en bundelt in deze studie de resultaten, de vooruitzichten voor de komende jaren, opportuniteiten en bedreigingen en belangrijke beurzen, federaties en publicaties.

## **Chocolate Confectionery Sector in Singapore**

Onze collega's in Singapore zorgden voor een update van het rapport over de chocolade- en suikerwarensector in Singapore. Lees welke distributiekkanalen er worden gebruikt en over marktevolutie en importregels.

## **Cleantech in India**

De milieuproblematiek in India is enorm. Economische groei, industrialisatie en urbanisatie en een groeiende bevolking leidden tot een intensificatie van het landgebruik. Dat werkte verdere ontbossing en intens watergebruik in de hand. Ook afval is een nijpend probleem. Tegelijk gaan de Indiase groeipijnen gepaard met een honger naar energie en een mobiliteitsknoop. Vlaanderen is de afgelopen 50 jaar wereldleider geworden in milieutechnologie, van afval- en waterbeheer over hernieuwbare energie tot optimaal landgebruik. Ontdek op welke vragen we antwoorden in huis hebben.

## **De markt voor diamanten en juwelen in de VS**

Exporteurs van diamanten en juwelen vinden in deze studie heel wat nuttige informatie over: globale trends binnen de juwelen- en diamantmarkt; import- en exportwetgeving in de VS; statistieken over de invoer van diamanten en juwelen in de VS; profielschets van de Amerikaanse consument; overzicht van de belangrijkste beurzen, vakverenigingen, magazines en scholen; lijsten van Amerikaanse juwelenfabrikanten en kleinhandelaars.

## **Medische sector in Duitsland**

Volgens het Duitse instituut voor statistiek gaf Duitsland in 2013 ongeveer 314,9 miljard euro uit aan gezondheidszorg (11,2% van het bbp). Verwacht wordt dat die uitgaven nog zullen stijgen. Voor 2030 worden ze op 13% van het bbp geschat. Daarnaast kampt Duitsland met onder meer de demografische ontwikkeling en de vergrijzing. Deze uitdagingen bieden zeker kansen voor Vlaamse innovatieve ondernemingen.

# Intussen ...

Onlangs werd het verbrede Panamakanaal officieel ingehuldigd. Om de capaciteit van het kanaal te verdubbelen, werden waterbekkens in PVC en sluizen geïnstalleerd. **Sioen** uit Ardoie speelde een belangrijke rol in de aanleg van deze bekkens en schreef zo als subcontractor een mooi referentiecontract op zijn naam.

Tijdens de 8e editie van de Californische Spirit International Prestige Awards (SIP) proefde een panel van 98 willekeurige Amerikaanse consumenten 462 internationale spirits in 59 categorieën. **Filliers** uit Deinze was ook van de partij, met een mooi resultaat. Zo werd Filliers Dry Gin 28 Tangerine in de categorie 'gin' tot 'Best of Class' verkozen.

In opdracht van een Zwitserse klant installeerde **Belgian Industrial Machines (BIM)**, onlangs zijn allereerste inpakmachine in de groente- en fruitsector. De Meerhoutse inpakmachinefabrikant was tot nog toe immers hoofdzakelijk actief in de chocolade- en de koekjessector. Intussen opende de eerste realisatie al deuren naar andere spelers in deze branche.

**Zeropoint**, gespecialiseerd in offshoring in Pakistan en Sri Lanka, sloot een joint venture met een Pakistaans designbureau dat websites en digitale interfaces ontwerpt voor een internationale klantenportefeuille. Door de structurele samenwerking krijgt het Limburgse IT-dienstenbedrijf voet aan de grond in onder meer de VS, Denemarken en Noorwegen.

**J.Cortès**, het sigarenbedrijf van de familie Vandermarliere, maakt een kwantumsprong met de overname van het Amerikaanse Oliva Cigars, specialist in handgemaakte sigaren. Door de deal krijgt de West-Vlaamse fabrikant voor het eerst toegang tot de markt van de hoogkwalitatieve handgemaakte sigaren.

De vruchtenazijn van **Belberry Preserves** verovert de VS. De Amerikaanse presentatrice Oprah Winfrey prijst het product zelfs aan in haar magazine, dat goed is voor een maandelijkse oplage van 15 miljoen exemplaren. Uitgever Hearst kwam met de Kortrijkse producent in contact via FIT New York.

Vastgoedgroep **Montea** uit Aalst bouwt in Nederland de grootste en modernste bakkerij van Europa. Ten laatste begin volgend jaar zullen er dagelijks 600.000 broden en gebakjes van de band rollen. Eerder was Montea bij onze noorderburen ook al betrokken bij de bouw van de grootste internetapotheek van Europa.

Na een kantoor in New York opent **NGData** ook een vestiging in Singapore. Deze Gentse bigdataspecialist ontwikkelt software waarmee bedrijven waarde kunnen putten uit grote hoeveelheden ruwe data. Ook in Frankrijk willen de Gentenaars dit jaar nog een kantoor openen.

Eén aanbesteding van maar liefst 34 miljoen euro rijfde **Cegeka** binnen. Samen met UniSystems en OTE mag de Hasseltse ICT-groep de consultancydiensten verzorgen voor de Europese Commissie en 53 andere Europese instellingen.

# 100.000



handdoeken en 53.000 overalls. Deze orders kregen respectievelijk **Jules Clarysse** uit Pittem en **Seyntex** uit Tielt van Defensie in Nederland. Beide textielproducenten slaagden er namelijk in om een antwoord te bieden op de vraag van de Nederlanders om met gerecycleerde vezels te werken. Na 3 jaar research kan Jules Clarysse handdoeken leveren met 40% hergebruikt materiaal.

# ZWITSERLAND

## begeerde bruid voor internationale ondernemers

Zakmessen, melkchocolade en peperdure horloges: aan clichés geen gebrek over Zwitserland. Maar wie met zijn product of dienst hoge toppen wil scheren in dit Alpenland, komt maar beter goed beslagen ten ijs. FIT-experts en ervaringsdeskundigen presenteren u hun tips en tricks om deze veeleisende zakenpartner het hof te maken.



"De meest gehoorde uitspraak sinds ik drie jaar geleden op mijn post aankwam? Dat er best wel veel gelijkenissen zijn tussen ons land en Zwitserland." Aan het woord is **Michel Patteet**, Vlaamse Economische Vertegenwoordiger in Zürich sinds 2013. Al is de FIT-expert hiermee niet aan zijn proefstuk toe in het Alpenland. Vlak voor een onderbreking als Adviseur Internationaal Ondernemen in ons provinciaal kantoor Antwerpen was hij al drie jaar aan de slag in Romandië, het Franstalige deel van het land.

## Er zijn best wel veel gelijkenissen tussen ons land en Zwitserland

"In het Duitstalige landsdeel ligt het economische zwaartepunt in Bazel, met zijn farmaceutische en chemische industrie", schetst hij. "En in Zürich natuurlijk, met de belangrijkste financiële hub van het land en zijn clusters van hightechspelers en machinebouwers. In het Franstalige gedeelte zijn Genève en Lausanne dan weer belangrijke economische polen. Naast het hoofdkwartier van de VN bevindt zich in Genève een tweede financieel zenuwcentrum. En Lausanne telt een levendige start-upcommunity die voortspruit uit de École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL). In het Italiaanssprekende landsdeel, tot slot, is Lugano een belangrijk financieel en dienstencentrum."

### Gelijkenissen bij de vleet

Onlangs nog zette de VLEV de meest treffende parallellen tussen België en Zwitserland op een rijtje tijdens een UNIZO-seminarie ter voorbereiding van de handelsmissie dit najaar: "Allereerst zijn we allebei kleine landen met een federale staatsstructuur. Zwitserland bestaat uit 26 kantons, elk met hun eigen grondwetten, parlementen, regeringen en rechtbanken."

"Ook de culturele en taalkundige diversiteit is zo'n gelijkenis", vervolgt hij. "Met 4 officiële talen – Duits, Frans, Italiaans en Reto-Romaans – steken de Zwitsers ons zelfs de loef af. Verder worden beide economieën gekenmerkt door een sterk kmo-landschap en heerst er een doorgedreven focus op R&D en innovatie. Tot slot hebben we allebei een kleine thuismarkt, waardoor we sterk op export gericht zijn."

### Financieel maneuver van formaat

**Al kregen die exportgerichte industrietakken wel een opdoffer na de beslissing om de band tussen de Zwitserse frank en de euro door te knippen ...**

**Michel Patteet:** "Dat klopt. In januari 2015 besliste de Zwitserse nationale bank SNB om de vaste wisselkoers tussen de Zwitserse frank en de euro op te heffen. Om de export naar de eurolanden op peil te houden, werden koersschommelingen tussen beide munten sinds 2011 binnen bepaalde grenzen gehouden, maar met de sla-

bakkende euro was dat onhoudbaar geworden. De koppeling met de euro leidde ertoe dat de Zwitserse frank steeds meer terrein verloor ten opzichte van andere wereldmunten. Dat was een pijnlijke zaak, want de Zwitserse frank speelt als sterke valuta mee in de 'club des grands'.

Voor Zwitserse bedrijven die leven van export was die loskoppeling natuurlijk slecht nieuws. Zij zagen hun producten plots een stuk duurder worden, met alle gevolgen van dien. In de pers kreeg dit financiële maneuver niet voor niets de bijnaam 'Franken-Schock'. Veel exportafhankelijke bedrijven moesten noodgedwongen herstructureren, vorig jaar gingen om en bij de 17.000 banen verloren. Al zijn de prognoses terug voorzichtig positief voor de Zwitserse economie: de grootste schok blijkt achter de rug en voor volgend jaar wordt een economische groei van zo'n 2% voorspeld."

### Toerisme grootste slachtoffer

**Welke sectoren kregen het zwaar te verduren ten gevolge van die Franken-Schock?**

**Michel Patteet:** "In de eerste plaats het toerisme, al decennia een van de topsectoren van het land. Toeristen uit EU-landen laten de Zwitserse ski- en wandelgebieden links liggen en boeken hun vakantie massaal in buurlanden Frankrijk of Oostenrijk. Enkel een sterkere euro kan dit probleem oplossen, maar die zit er niet meteen aan te komen. Toerisme is momenteel dus geen kansrijke sector meer voor Vlaamse exporteurs. De sector moet zich dringend heroriënteren, maar voorlopig is daar nog weinig van te merken. Vandaag zien we vooral dat investeringen uitgesteld worden bij gebrek aan inkomsten."

## Toeristen uit EU-landen laten de Zwitserse ski- en wandelgebieden links liggen

### MEM zoekt EU-toeleveranciers

**Daartegenover staat wel dat Zwitserse bedrijven sinds de loskoppeling goedkoper kunnen inkopen in de EU?**

**Michel Patteet:** "Juist, deze trend is zeker merkbaar in de Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie (MEM), een van de sterkhouders van de Zwitserse industrie. Door hun onderdelen in te kopen in EU-landen, kunnen ze de prijs van

hun afgewerkte producten wat laten zakken en hun concurrentiekracht verhogen. Ook voor Vlaamse producenten van machineonderdelen en componenten is dat goed nieuws. Maar let wel: ook deze bedrijven voelen de valutahandicap. Want ook in de EU zijn er sterke MEM-industrieën, waaronder Duitsland.”

### Afgeschermd markt

**Zwitserland maakt geen deel uit van de EU of de EER en staat bekend om zijn marktbescherming. Hoe voelbaar is dit voor wie er zijn producten of diensten aan de man wil brengen?**

**Michel Patteet:** “Als exporterend bedrijf krijg je hoe dan ook te maken met invoerrechten en handelsbelemmeringen. Want hoewel de liberaliseringstrend zich doorzet, blijft Zwitserland een afgeschermd markt, zeker voor voedingsproducten. Onze vlees- en vleeswarenssector is hier de dupe van, maar ook de import van groenten en fruit is sterk gecontingenteerd. Ondanks deze barrières heeft deze kapitaalcrachtige markt heel wat te bieden voor Vlaamse voedingsbedrijven. Naast een groei-

ende vraag naar convenienceproducten wint vooral bio jaar na jaar aan populariteit. In 2015 steeg de markt voor biologische landbouwproducten met 7,5% ten opzichte van het jaar ervoor en bereikte ze een omzetcijfer van 2,3 miljard Zwitserse frank. 7 op 10 Zwitserse consumenten kopen meermaals per maand biologische producten en bijna de helft doet dat zelfs verschillende keren per week. Verder hechten Zwitsers veel belang aan de herkomst van producten en aan een eerlijk loon voor lokale producenten.”

### ‘Swiss made’ overtroeven

**De koopkracht van de Zwitsers behoort tot de hoogste ter wereld, waar geven ze veel geld aan uit?**

**Michel Patteet:** “Zwitsers hebben een zwak voor gadgets en luxeartikelen. Zo besteden ze hoge budgetten aan de inrichting van hun woning: interieurdecoratie, meubilair, huishoudapparaten, tuin- en terrasmeubilair ... Het land telt een aantal belangrijke beurzen in die sector, waar-

onder Ornaris, Habitat & Jardin, Heimtextilsuisse en Giardina. Onze ontwerpers van designmeubelen en hoogwaardig interieurtextiel mogen hierop niet ontbreken.”

**\\ Naast een groeiende vraag naar convenienceproducten wint vooral bio jaar na jaar aan populariteit \\**

**Kortom, kwaliteit boven prijs?**

**Michel Patteet:** “Absoluut, soms kiezen Zwitsers zelfs bewust voor het duurste alternatief. Maar in ruil daarvoor eisen ze topproducten en een navenante klantenservice. Ze bereiden hun aankoopbeslissing minutieus voor en zullen zelden zwichten voor een impulsaankoop. Dus alleen met ingevoerde producten en oplossingen die echt het verschil maken kan je hen over de streep trekken om niet voor ‘Swiss made’ te kiezen.

## EXPERT AAN HET WOORD

### Philippe Delcourt over internationale instellingen in Zwitserland

Welke businesskansen liggen voor het grijpen bij de vele internationale instellingen in Zwitserland, en hoe spelen Vlaamse spelers daar het best op in? Die vraag schotelden we voor aan Philippe Delcourt, onze economisch en commercieel vertegenwoordiger in Genève.

“Dat België de op drie na grootste diensten- en goederenleverancier van de VN is, spreekt boekdelen over onze ijzersterke reputatie in de sector. Vooral wat humanitaire hulp betreft, beschikken Vlaamse bedrijven over ronkende referenties op het vlak van logistiek en voedings-, medische en farmaceutische producten. Het ideale palmares om mee aan te kloppen bij organisaties zoals UNICEF, WFP, ICRC, IFRC, WHO, UNDP enzovoort.”

#### Geen sinecure

“Maar met reputatie alleen krijg je er geen vaste voet aan de grond. Naast een hoge prijsdruk wordt toelevering aan internationale instellingen gekenmerkt door een tijds- en arbeidsintensieve aanbestedingspro-

cedure. Via het centrale UNGM-registratiesysteem zet je de eerste stap. Tip: schaf je, naast de gratis basisversie, ook een abonnement aan. Zo ben je als eerste op de hoogte van interessante tenders en heb je een streepje voor op de bikkelharde, wereldwijde concurrentie.”

#### Eerste hulp bij aanbestedingen

“Om de aanbestedingsprocedure van naaldje tot draadje uit de doeken te doen, organiseren FIT en AWEX gespecialiseerde workshops en seminars. Daarnaast kunnen bedrijven deelnemen aan ons tweemaaljaarlijkse event voor inkopers van de VN en andere internationale instellingen. Ook onze tweemaaljaarlijkse ontmoetingsreis naar Genève levert mooie opportuniteiten op.”

## Niet over dezelfde kam

Vraagt dit land met zijn verschillende taalgebieden en culturele diversiteit om een regionale aanpak?

\\ Voor innovaties is het de uitgelezen testmarkt, want de Zwitsers zijn echte trendsetters \\

**Michel Patteet:** "Franstalig Zwitserland staat onder sterke invloed van grote buur Frankrijk,

voor de andere taalgebieden is dat niet anders. Dat uit zich in een verschillende smaakbeleving op het vlak van voeding, interieurinrichting, kledij enzovoort. Wil je je product in de verschillende regio's introduceren, dan neem je best in elke regio apart een distributeur in de arm. De verschillende taalgebieden vanuit de respectievelijke buurlanden bewerken is geen aanrader. Een Zwitser uit het kanton Ticino is nu eenmaal geen Italiaan. Wordt hij plots benaderd door een Italiaanse exportmanager, dan kan dat weerstand oproepen."

Kortom, dat Zwitserland een veeleisende markt is, hoeft allang geen betoog meer. Maar het is absoluut mogelijk om er een succesvol parcours

te lopen met je product of dienst, aldus de VLEV. "Voor innovaties is het zelfs de uitgelezen testmarkt, want de Zwitsers zijn echte trendsetters", besluit hij. "En slaag je erin om een plaats te bemachtigen in de leveranciersportefeuille van Zwitserse bedrijven, dan surf je meteen mee op hun sterke internationale reputatie. Alleen al daardoor is Zwitserland een begeerde bruid voor internationale ondernemers."

Belintra uit Semmerzake ontwikkelt opslag- en transportinfrastructuur om logistieke processen in ziekenhuizen, woonzorgcentra en andere zorginstellingen te stroomlijnen. Het Oost-Vlaamse bedrijf is al een tweetal jaar actief in Zwitserland.

**Sales Director Rita Gielen:**

## "Zwitserland is koploper in gezondheidsuitgaven per hoofd"

"Drie jaar geleden werden we gecontacteerd door een Belg die zich als distributeur van medisch toebehoren – zoals ziekenhuisbedden, trolleys en werkstations – wilde lanceren in Zwitserland. Als exportmanager voor een Zwitserse speler in de branche kende hij de markt door en door. Hij zag wel brood in onze verdeelwagens voor medicatie en logistieke oplossingen voor centrale sterilisatie.

Hij had het bij het rechte eind: ons gamma sloeg aan in de Zwitserse ziekenhuizen. Na ongeveer een jaar beslisten we om er een dochterbedrijf op te richten. Vandaag staat de distributeur aan het hoofd van Belintra CH.

### Komaf maken met spookbedrijven

Bij het oprichten van een bedrijf of een dochteronderneming in Zwitserland komt wel wat kijken. Het kan alleen wanneer je minstens één persoon in dienst hebt die in het land gevestigd is, een Zwitser of een buitenlander met een 'Permis de Séjour B of C'. Partners van bedrijven of nieuw opgerichte firma's die niet in Zwitserland gevestigd zijn, kunnen ook geen rekening openen op hun naam, noch vastgoed huren of kopen. Dat de Zwitserse wetgeving erg streng is op dat vlak, is logisch. In het verleden werden er om fiscale redenen maar al te vaak spookbedrijven opgericht.

### Kwaliteit primeert op prijs

We merken dat er op veel vlakken nog flink wat efficiëntiewinst kan worden geboekt in Zwitserse zorginstellingen. Er zijn wel lokale concurrenten en je producten invoeren kost ook geld, maar toch slagen we erin om marktaandeel te winnen. Dat komt omdat voor de Zwitsers kwaliteit altijd primeert in hun beslissingsproces. De Zwitserse gezondheidszorg heeft bovendien wel wat budget te besteden. In tegenstelling tot veel Europese landen wordt er niet gesnoeid in de zorgbudgetten. Integendeel, uit recente WHO-cijfers blijkt dat Zwitserland koploper in gezondheidsuitgaven per hoofd is."

## 3 Gouden tips

1

Elk kanton heeft zijn eigen jurisdictie en belastingstelsel. 'de Zwitserse markt' bestaat niet.

2

Hoewel het land klein is, mag je de verplaatsingstijd niet onderschatten. Over 100 kilometer doe je makkelijk anderhalf uur.

3

Slaag je in Franstalig Zwitserland, dan is de kans groot dat je product het ook goed zal doen in Frankrijk. Hetzelfde geldt voor de Duitstalige en Italiaanstalige regio's. Kortom, Zwitserland is een ideale testmarkt.





Vanuit verschillende Belgische productievestigingen exporteert Ter Beke uit Waarschoot kant-en-klare maaltijden naar heel wat landen in Europa. In Zwitserland is het voedingsbedrijf al meer dan twintig jaar actief.

**Commercieel directeur Christophe Bolsius:**

**“Op veel vlakken voel je dat dit een economie is die zijn eigen lokale productie beschermt”**

De Zwitserse retailsector is erg geconcentreerd: naast de klassieke hard discounters zijn er slechts drie grote spelers. Onze distributeur heeft ze alle drie in portefeuille en bewerkt ze nauwgezet. Een grote afzetmarkt is dit niet, maar wel een erg kapitaalkrachtige met een groeiend consumentenvertrouwen. Bovendien heerst er een cultuur van kwalitatieve voeding en zijn de Zwitsers bereid om daar een meerprijs voor te betalen.

#### **Invoer compenseren**

Toch is Zwitserland zeker geen evidente exportmarkt. Op veel vlakken voel je dat dit een economie is die zijn eigen lokale productie beschermt. Zo zijn er strenge richtlijnen op het vlak van de hoeveelheid van bepaalde ingrediënten die in het eindproduct aanwezig mogen zijn. Om relatief hoge importtaksen te vermijden, is een strenge bewaking en opvolging van die wetgeving dan ook een absolute must.

#### **Smaken verschillen**

We moeten met onze producten opboksen tegen lokale concurrenten die zowel onder lokale merken als via private label de grote retailers bedienen. Bovendien verschillen de smaakvoorkeuren en voedingsgewoontes nogal tussen de verschillende regio's. Daarom zetten we sterk in op smaaktesten om onze productontwikkeling aan te sturen. Zo slagen we erin om met onze ingevoerde producten concurrentieel te zijn ten opzichte van die lokale spelers en tekenen we jaar na jaar een omzetverhoging op.

## **3 GOUDEN TIPS**

**1**

Kom je afspraken strikt na en respecteer de timing.

**2**

Hou het formeel tijdens meetings, ook qua dresscode.

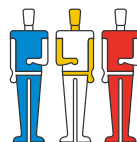
**3**

Onderhoud nauw de band met je zakenpartners. Zwitsers zijn niet dol op een langeafstandsrelatie.

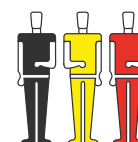
# FACTSHEET ZWITSERLAND



OPPERVLAKTE  
41.285 KM<sup>2</sup>



AANTAL INWONERS  
8,2 MILJOEN



AANTAL BELGEN  
ingeschreven in  
Bern: 8.455 (januari 2016)  
Genève: 12.068 (januari 2016)



OFFICIËLE TALEN  
DUITS, FRANS, ITALIAANS  
EN RETO-ROMAANS

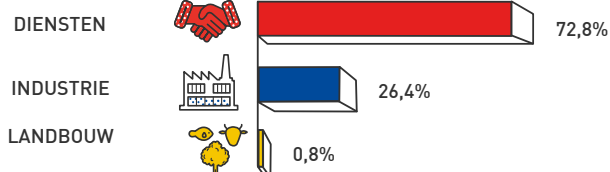


MUNTEENHEID  
ZWITSERSE FRANK (CHF)  
1 EUR = 1,0828 CHF  
(06/07/2016)



Met 57,5 kilometer is de nagelnieuwe Gotthard-tunnel de langste spoortunnel ter wereld. Capaciteit: 260 goederen- en 65 passagierstreinen per dag.

## Aandeel economische sectoren in bbp (2013 – bron: OESO)



## Ease of doing business index



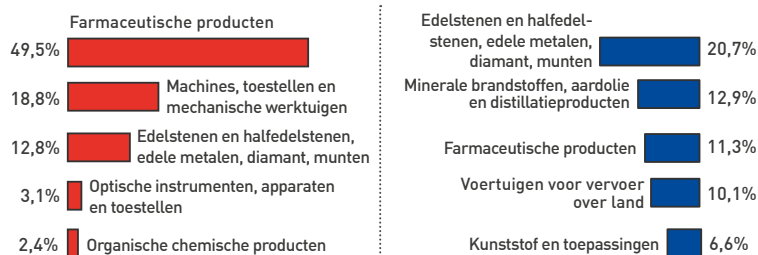
## Politiek risico



## Commercieel risico (van A tot C)



## Vlaamse export naar Zwitserland: € 4,2 miljard (2015)



## Vlaamse import uit Zwitserland: € 3,1 miljard (2015)

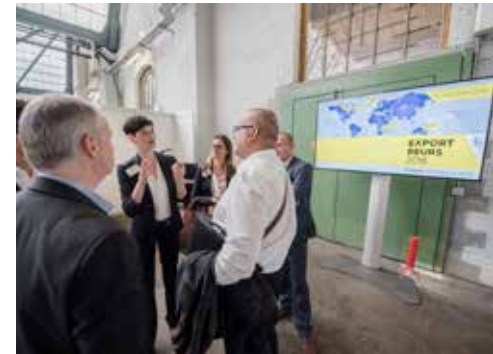


# Onze **Exportbeurs** gooide hoge ogen

FIT staat zeer regelmatig zelf met een groepsstand op vakbeurzen overal ter wereld. Dit jaar beslisten we om er zelf één te organiseren. Rond export, dat spreekt voor zich. Eind juni was het Brusselse Tour & Taxis drie dagen lang de place to be voor zowel aspirerende als ervaren exporteurs. Hier is de kiem van vele volgende succesverhalen geplant. Hoe dat eruitzag? Kijk gerust mee!









# Netwerken met de Leeuw van de Export 2016

Elk jaar staat de Leeuw van de Export met stip in onze agenda. Niet alleen is het de spannende ontknopning van een maandenlange wedstrijd en vieren we de nieuwe titelhouders, het is ook het ideale netwerkevent. De hele Vlaamse exportwereld en het voltallige FIT-netwerk bliezen verzamelen op 29 juni in Hôtel de la Poste in Brussel. We laten de beelden graag voor zich spreken ...











# Maak een succes van samen met onze noorderburen!

Als u, als kmo, een technologische of zorginnovatie wil commercialiseren, werk dan samen met een Nederlands partner uit de grensregio. U geniet zo immers financiële en praktische ondersteuning van Interreg Vlaanderen-Nederland, via drie gloednieuwe subsidieprojecten.

Interreg Vlaanderen-Nederland is opgericht door de EU om problemen die we samen met onze noorderburen ervaren, samen aan te pakken via innovatie en duurzame ontwikkeling. Hiervoor beschikt het programma over maar liefst 152 miljoen euro aan subsidies, toe te kennen tussen 2014 en 2020.

Onlangs kregen drie nieuwe projecten financiële middelen van het subsidieprogramma. Zij ondersteunen op hun beurt Vlaamse en Nederlandse bedrijven die de handen in elkaar slaan voor het uitwerken van innovaties. Deze partners krijgen niet alleen financiële steun van 10.000 tot 200.000 euro, maar ook praktische begeleiding bij het onderzoek en de experimentele ontwikkeling.

## PROJECT 1

### CrossRoads 2 – grensoverschrijdend innoveren in industrie

**Budget: 19 miljoen euro, waarvan 8 miljoen door Interreg Vlaanderen-Nederland**

Dit project stimuleert grens-, technologie- en sectoroverschrijdende innovaties rond chemie & materialen, voedingswetenschap (agro-food), life sciences & health, cleantech en biobased economy. Stuk voor stuk domeinen waarin maatschappelijk relevante toepassingen kunnen ontstaan.

Kmo's die op een innovatie in deze vakgebieden broeden, maken niet alleen kans op subsidies voor de ontwikkeling, maar worden ook begeleid bij de zoektocht naar de juiste partners – zowel bedrijven als kennisinstellingen – en bij de samenwerking zelf.

CrossRoads 2 wil in totaal 50 innovatieprojecten financieren, met begeleiding door kennisinstellingen zoals de Innovatiecentra Oost-Vlaanderen en Limburg, i-Cleantech Vlaanderen en het Nederlandse BOM (Business Development & Foreign Investments).

Deze nieuwe editie van CrossRoads wordt ongetwijfeld een groot succes. De eerste editie, die liep tussen 2010 en 2014, financierde immers tientallen Vlaams-Nederlandse innovatieprojecten. Met nagenoeg 300 jobs en veel bedrijfsgroei als resultaat.



# uw innovatieplan,

## PROJECT 2

### Link2innovate – op zoek naar partners voor technostarters

**Budget: 1,9 miljoen euro,  
waarvan bijna 929.000 euro door Interreg Vlaanderen-Nederland**

Het is niet omdat een technostarter een innovatie heeft ontwikkeld, dat hij die ook snel en efficiënt op de markt kan brengen. Start-ups hebben immers vaak weinig ervaring met netwerken of het ontbreekt hen aan de nodige middelen.

Om te vermijden dat hun innovaties daardoor nooit op de markt geraken, zoekt Link2innovate voor hen naar een groter, meer ervaren technologiebedrijf dat

kan helpen bij de ontwikkeling en commercialisatie. Deze strategie heeft al heel wat vruchten afgeworpen tijdens het vorige Interreg-programma.

Link2innovate focust op starters die werken met sleuteltechnologieën zoals micro- en nano-elektronica, fotonica, nanotechnologie of geavanceerde fabricatiesystemen en -processen.

## PROJECT 3

### CrossCare – samen de uitdagingen van de vergrijzing aangaan

**Budget: 10,4 miljoen euro,  
waarvan 5 miljoen euro door Interreg Vlaanderen-Nederland**

De komende jaren zal de zorg voor onze ouderen sterk toenemen, zowel in Vlaanderen als Nederland. Het personeel en de budgetten voor deze zorg blijven echter beperkt. Om deze uitdaging het hoofd te bieden, wil CrossCare innovatie in de zorg stimuleren, bijsturen en versnellen.

Concreet krijgen bedrijven en zorgorganisaties de kans om hun vernieuwende concepten, diensten, processen en producten nauwgezet uit te werken en te testen in zorgproef-

tuinen. Daarin werken de onderzoekers nauw samen met de eindgebruikers van de innovaties. Zo weten ze meteen welke ideeën aanslaan, en welke niet.

Zes ervaren zorgproeftuinen (CareVille, Innovage, LiCalab, Brainport Healthy Living Lab, CIC en EIZT) slaan hiervoor de handen in elkaar. Elk innovatieproject wordt op maat ondersteund door één Vlaamse en één Nederlandse proeftuin.

## Kom naar 'Innovatie op alle fronten'!

Wil u samen met een Nederlandse partner een innovatie uitwerken en lanceren die binnen CrossRoads 2, CrossCare of Link2innovate lijkt te passen? Neem dan deel aan ons gratis event 'Innovatie op alle fronten', om deze initiatieven meer in detail te ontdekken.

Alle medewerkers van de subsidieprojecten en Interreg Vlaanderen-Nederland zullen aanwezig zijn om uw vragen te beantwoorden. En misschien ontmoet u er zelfs een potentiële partner, waarmee u uw innovatie tot een succes kan maken.

Schrijf u nu gratis in op [www.grensregio.eu/innovatieopallefronten](http://www.grensregio.eu/innovatieopallefronten)

### 'Innovatie op alle fronten'

Wanneer?

22 september, van 15u30 tot 18 uur

Waar?

Bio Base Europe Pilot Plant,  
Rodenhuizekaai 1, 9042 Gent

## SIB Decobat Casablanca

**23 tot en met 27 november 2016**

Tijdens deze beurs ontdekt u alle opportuniteiten in de Marokkaanse bouwsector. Maar het is ook de plek bij uitstek om uw productaanbod voor te stellen in deze markt en bij uitbreiding in andere Noord-Afrikaanse landen. Via FIT kan u tegen een gunstig tarief deelnemen aan SIB Decobat.

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 23 oktober 2016 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Frank Baeyens op 02 504 88 49 of [frank.baeyens@fitagency.be](mailto:frank.baeyens@fitagency.be)

## Midest Parijs

**6 tot en met 9 december 2016**

Met een beursvloer van 50.000 m<sup>2</sup> en zo'n 40.000 professionele bezoekers uit diverse industrieën is Midest hét Europese trefpunt voor industriële toeleveranciers. Bijna 40% van de exposanten komt uit het buitenland en nagenoeg alle toeleveringssectoren zijn er vertegenwoordigd: metaalbewerking, plastics, rubber, glas, keramiek, microtechnieken, elektronica, composietmaterialen, allerhande dienstverlenende activiteiten ... Ontdek er de innovaties in uw sector en zet uw producten en diensten in de kijker op onze groepsstand.

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 30 augustus 2016 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Jan Huysentruyt op 02 504 88 06 of [jan.huysentruyt@fitagency.be](mailto:jan.huysentruyt@fitagency.be)

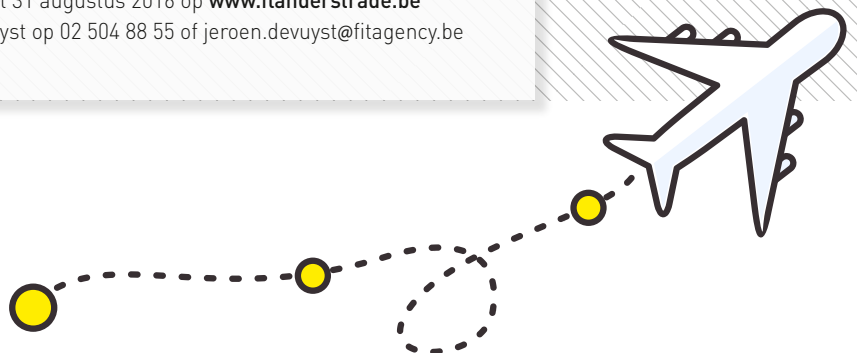
## BIO-Europe Keulen

**7 tot en met 9 november 2016**

Op de herfsteditie van BIO-Europe tekenen FIT en FlandersBio opnieuw present met een onthaalstand en het Flanders Meeting Point.

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 31 augustus 2016 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Jeroen De Vuyst op 02 504 88 55 of [jeroen.devuyst@fitagency.be](mailto:jeroen.devuyst@fitagency.be)



### Groepszakenreis naar Rusland **Kaliningrad en Sint-Petersburg**

**24 tot en met 27 oktober 2016**

Door de contrasancities en de koopkrachtvermindering zijn de mogelijkheden voor consumptiegoederenproducenten sterk geslonken in Rusland. Maar de politiek van importvervanging, die binnen diverse productiesectoren voor groei zorgt, creëert wel nieuwe kansen voor onze grondstoffenproducenten en machinebouwers. Russische producenten beschikken immers vaak over verouderde of onvoldoende infrastructuur. Naast Sint-Petersburg, dat de meeste mogelijkheden biedt, verkennen we tijdens de groepszakenreis ook Kaliningrad. Deze stad heeft niet alleen een unieke ligging in het midden van de EU, de bedrijven in deze regio zijn makkelijker te benaderen dan in Sint-Petersburg.

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 15 augustus 2016 op  
[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Bart Van den Bossche op 02 504 87 09 of  
[bart.vandenbossche@fitagency.be](mailto:bart.vandenbossche@fitagency.be)

### Prinselijke missie Texas **Austin, Dallas en Houston**

**3 tot en met 10 december 2016**

Tijdens deze missie onder begeleiding van prinses Astrid besteden we speciale aandacht aan energie, petrochemie en havenactiviteiten, lucht- en ruimtevaart, de medische sector en biotechnologie, ICT en cybersecurity, batterijtechnologie en toerisme. Maar uiteraard kunnen ook bedrijven uit andere sectoren deelnemen aan deze groepszakenreis.

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 9 september 2016 op  
[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Debbie Impens op 02 504 87 97 of  
[debbie.impens@fitagency.be](mailto:debbie.impens@fitagency.be)

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

**Antwerpen** > 03 260 87 22  
[antwerpen@fitagency.be](mailto:antwerpen@fitagency.be)

**Limburg** > 011 29 20 80  
[limburg@fitagency.be](mailto:limburg@fitagency.be)

**Oost-Vlaanderen** > 09 276 19 30  
[oostvlaanderen@fitagency.be](mailto:oostvlaanderen@fitagency.be)

**Vlaams-Brabant** > 016 66 56 00  
[vlaamsbrabant@fitagency.be](mailto:vlaamsbrabant@fitagency.be)

**West-Vlaanderen** > 050 24 74 10  
[westvlaanderen@fitagency.be](mailto: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](http://WWW.FLANDERSTRADE.BE)