

Magazine voor internationaal ondernemen

# wereld WIJS

79  
10\2015

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



**Leeuw van de Export 2015: de winnaars  
zijn Aluvision en Pattyn Packing Lines!**





04

Maak kennis met de winnaars van de **Leeuw van de Export 2015**

## Zakendoen in Turkije

11



## en verder ...

**3** Edito \ **12** Marktinformatie \ **14** Intussen ... \ **21** Commercieel logo biedt nieuwe exportmogelijkheden naar Japan \ **22** Doelgericht zoeken naar de ideale buitenlandse match \ **30** Kalender

**“Gefeliciteerd, Aluision en Pattyn Packing Lines!”**

Beste lezer,

Op 16 september maakte Vlaams minister-president Geert Bourgeois de kersverse Leeuwen van de Export bekend: Aluision (max. 49 medewerkers) en Pattyn Packing Lines (50 of meer medewerkers). Proficiat, we zijn ervan overtuigd dat jullie deze exporttitel met glans zullen uitdragen!

Maar wie erbij was in de Leuvense Brabantthal zal bevestigen dat er geen sprake is van verliezers. Ook genomineerden Basalte, Zappware, Libeco-Lagae en Sofico verdienen alle lof voor hun uitmuntende exportprestaties.

En wat een prachtig moment was dat toen Klaas Arnout, CEO van Basalte, vertelde waarom hij had deelgenomen aan de Leeuw van de Export. In 2008, aan het begin van zijn domoticabedrijf, woonde hij de prijsuitreiking bij en wilde hij ooit ook op dat podium staan. Amper zeven jaar later is die droom werkelijkheid geworden. Hoewel de hoofdprijs deze keer naar Aluision ging, blijft Basalte een sterke kanshebber als het op hetzelfde elan voortgaat.

De uitspraak van de CEO bewijst bovendien dat de Leeuw van de Export doel treft: Vlaamse ondernemers inspireren om te exporteren. Dat is immers onze missie. Maar hoe belangrijk ook, deze award is slechts één van vele acties om deze ambitie waar te maken. In het bijgevoegde Actieprogramma 2016 ontdekt u al onze initiatieven om u te helpen bij uw exportplannen. Ik nodig u graag uit om er volop gebruik van te maken. Het kan de start betekenen van een exportparcours waarmee ook u uitgroeit tot een Leeuw van de Export.

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: Bart Lasuy, 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.







## —ID—

**Bedrijf:** Pattyn Packing Lines

**Sector:** machinebouw

**Opgericht in:** 1952

**Aanwezig in:**  
68 landen, wereldwijd

**Hoofdkwartier:** Brugge

**Buitenlandse vestigingen:**  
in de VS en Frankrijk

**Aantal medewerkers in 2014:** 66

**Omzet in 2014:** 21,1 miljoen euro

**% aandeel export in omzet 2014:**  
97%

# Pattyn Packing Lines: groot in een kleine niche

Tijdens de prijsuitreiking stak Stan Pattyn zijn fierheid over de 'ZIM', kort voor zakinzet-machine, niet onder stoelen of banken. Dat hij enkele minuten later met de prestigieuze exportaward van het podium zou stappen, kon hij toen nog niet vermoeden. De Brugse verpakkingsmachinebouwer Pattyn Packing Lines mag zich een jaar lang Leeuw van de Export noemen in de categorie 'Bedrijven met 50 of meer medewerkers'. "Een opsteker voor ons team dat toch wel wat groeistress ervaart."

Naar liefst 68 landen wereldwijd worden ze verscheept, de zakinzetmachines, doosopzetters, zakken- en dozensluiters van Pattyn Packing Lines. "De voorbije 5 jaar verdubbelden we onze omzet", vertelt de trotse managing director Stan Pattyn aan Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationale Handel bij FIT. "Onze Franse dochter De La Ballina, recent herdoopt tot Pattyn Bakery Division, deed net hetzelfde."

Deze kersverse Leeuw ontwerpt en assembleert machines voor de verpakking van bulkvoeding in dozen. Het schoolvoorbeeld van een nichespeler. "Consumenten komen dagelijks in contact met voedingsproducten die ooit in een doos van onze verpakkingslijnen rolden, alleen beseffen ze het niet", lacht de managing director. Na Jean en Paul is Stan Pattyn de derde generatie aan het roer van het familiebedrijf.

"Door deze award lopen we een jaar lang in de kijker", vervolgt hij. "We hopen dat dit onder meer de instroom van technische en ingenieursprofielen zal versnellen. In 2015 versterkten we onze rangen al met 15 nieuwe medewerkers, tegen eind dit jaar moet de teller op 30 staan."

## Grootvader pioniert

**Dirk Van Steerteghem:** "Op drie generaties tijd schopte dit familiebedrijf het tot exportkampioen, hoe is het allemaal begonnen?"

**Stan Pattyn:** "Begin jaren 50, in de woonkamer van mijn grootvader. Jean Pattyn was elektronicus en ontwierp een auto-

matisch doseer- en weegtoestel. Met zijn revolutionaire uitvinding richtte hij zich bijna exclusief op de snoepgoedproducenten in de streek. Heel af en toe ging er een toestel richting één van onze buurlanden. Halfweg jaren 70 stapte mijn vader Paul in het bedrijf. Op vraag van koekjesfabrikant Lotus ontwikkelde hij de allereerste automatische zakinzetmachine: een toestel dat een zak in een kartonnen doos steekt. In het vakjargon wordt dit procedé 'box lining' genoemd. Hygiënerichtlijnen schrijven immers voor dat voedingswaren niet rechtstreeks in contact mogen komen met karton."

\\ **Op vraag van koekjesfabrikant Lotus ontwikkelde mijn vader de allereerste automatische zakinzet-machine"**

## Opgepikt door wereldspeler

**Dirk Van Steerteghem:** "Hoe forceerden jullie een internationale doorbraak?"

**Stan Pattyn:** "Midden jaren 80 kwam Unilever onze oplossing op het spoor. De gigant introduceerde onze lijn in al zijn fabrieken wereldwijd voor de verpakking van palmolie, cacaoboter en andere halfvloeibare vetten. Een referentie van formaat die uiteraard heel wat nieuwe deuren opende.

Voedingsbedrijven en hun toeleveranciers namen contact op met de vraag of we onze verpakkingslijn aan hun product konden aanpassen: noten, diepvriesgroenten, rozijnen, vlees of vis, chocolade, baguettes, deksels voor confituurpotten, spuitkoppen voor slagroombussen enzo voort. In het kielzog van onze klanten ontdekten wij stelselmatig nieuwe branches en afzetmarkten.

\\ **Unilever introduceerde onze verpakkingslijn in al zijn fabrieken wereldwijd"**

## Dichter bij de klant

**Dirk Van Steerteghem:** "Het internationale agentennetwerk waarover jullie vandaag beschikken getuigt van een proactieve salesstrategie. Hoe kwam die ommezwaai er?"

**Stan Pattyn:** "Eind jaren 80 waren we in heel wat exportmarkten actief, maar we voelden dat er meer in zat. Het idee begon te rijpen om ons in een aantal doelmarkten te versterken met businesspartners. Ons agentennetwerk kreeg eerst vaste vorm in Europa, vrij snel daarna ook in Zuid-Oost-Azië. Elke agent kreeg exclusiviteit in zijn land. Rond de eeuwwisseling strekte ons netwerk zich al uit over 23 landen.

Onze actievere marktbenadering gaf de verkoop een serieuze boost. Tot de wereldwijde crisis roet in het eten goide.

In 2009 kregen we rake klappen, voor het eerst in ons bestaan. Maar we bleven niet bij de pakken neerzitten en schakelden nog een versnelling hoger met onze proactieve aanpak. Ons agentennetwerk groeide en in de VS, onze grootste afzetmarkt, openden we een eigen sales- en servicekantoor. Vandaag telt Pattyn North America tien medewerkers.”

## Met de machine op tournee

**Dirk Van Steerteghem:** “Jullie investeerden zwaar in de uitbouw van een wereldwijd agentennetwerk. Hoe bieden jullie hen alle nodige ondersteuning om dit hoogtechnologische productgamma aan de man te brengen?”

**Stan Pattyn:** “Ze krijgen training van onze salesmanagers, maar we zorgen ook voor een continue informatiestroom met productbrochures, technische fiches en manuals ... Recent startten we bovendien met webinars om nieuwe machines of functionaliteiten voor te stellen. En we nemen samen met hen deel aan zo'n twintig vakbeurzen per jaar.

## \\ Successen boek je pas wanneer je erin slaagt mensen mee te nemen in je verhaal”

Verder doen vooral in-house demonstraties wonderen om klanten over de streep te trekken. Zo gingen we met onze meest compacte ZIM, die in een bestelwagen past, een jaar lang op tournee. Elke agent trok er in zijn markt mee langs potentiële klanten, een actie waar veel offertes uit gevolgd zijn.

Maar ook een proefopstelling van een grote lijn behoort tot de mogelijkheden. Dan laten wij onze demomachine draaien met de dozen, de folies en het product van de potentiële klant, een hele gebeurtenis. Soms nodigt de ondernemer zelfs zijn sectorgenoten uit om de lijn in volle actie te zien.”

## Bakkerij sterkhouders

**Dirk Van Steerteghem:** “In 2009 namen jullie het Franse De La Ballina over, een groot risico in tijden van crisis. Vanwaar die beslissing?”

**Stan Pattyn:** “Vanaf half jaren 90 nam het

bakkerijsegment een enorme vlucht. De La Ballina uit Toulouse ontwikkelt verpakkingssystemen voor industriële bakkerijen, het ideale profiel dus om onze activiteiten te versterken.

Vandaag neemt onze dochter alle broodprojecten voor haar rekening en is het bakkerijsegment goed voor een vierde van onze omzet. In september, bij de start van de Europese bakkerijbeurs IBA, doopten we De La Ballina om tot 'Pattyn Bakery Division'. Bedoeling is nu om synergieën te zoeken met onze bakkerijdivisie op het vlak van marketing, sales, dienst-na-verkoop en Onderzoek & Ontwikkeling.”

## \\ In lageloonlanden is manueel inpakken goedkoper dan automatisering”

### De voelsprietten van Pattyn

**Dirk Van Steerteghem:** “Uw grootvader en vader pionierden, maar de technologie staat niet stil. Hoe maakt Pattyn Packing Lines vandaag het verschil?”

**Stan Pattyn:** “De opdracht van onze acht-koppige R&D-ploeg is om ons aanbod continu te diversifiëren en naar manieren te zoeken om onze bestaande installaties nog sneller en operatorvriendelijker te maken. Op vraag van de klant doen we ook aanpassingen: om er nieuwe producten mee te verpakken of om ze combineerbaar te maken met andere machines. Onze agenten en salesmanagers zijn de voelsprietten van Pattyn. Zij capteren de markttrends en brengen ze mee op onze jaarlijkse sales- en strategiemeeting in Brugge. De inspiratie die we zo opdoen, is nieuwe zuurstof voor onze onderzoeksafdeling.”

### Geen banden doorknippen

**Dirk Van Steerteghem:** “Helaas is delocalisatie van productiecapaciteit een feit in Vlaanderen. Hebben jullie ooit al in die richting gedacht?”

**Stan Pattyn:** “De wisselwerking tussen onze onderzoeksafdeling en de assemblage is een van onze speerpunten. Door onze productie elders te organiseren, zouden we die band doorknippen. Beide blijven dus verankerd in Vlaanderen. Onze doorgedreven dienst-na-verkoop is

een andere troef van dit huis. Omdat technische knowhow en expertise hiervoor onontbeerlijk zijn, organiseren we ook alle herstellingen en vervangingen van onderdelen vanuit ons Brugse hoofdkantoor. Onze technici reizen de wereld rond om defecte machines te repareren of lijnen bij te sturen.”

## Handenarbeid grootste concurrent

**Dirk Van Steerteghem:** “Hoe ziet jullie concurrentieveld er eigenlijk uit?”

**Stan Pattyn:** “Vandaag zijn er drie spelers actief in 'box lining'. Wij zijn marktleider en koploper in het bakkerijsegment. Maar er zijn evengoed branches waarin onze concurrenten voorsprong hebben, zoals vlees en vis. En uiteraard is het zak-in-doos-principe niet de enige verpakkingvorm voor bulkvoedingswaren.

Maar onze allergrootste concurrent blijft handenarbeid. In markten waar manueel inpakken goedkoper is dan automatisering, is het geen sinecure om een verpakkinglijn te verkopen. Dat we toch in heel wat lageloonlanden actief zijn, komt door de internationale voedingsconcerns. Wil een lokaal voedingsbedrijf leveren aan zo'n grote speler, dan moet het plots veel strengere hygiënevoorschriften naleven. Dat is de trigger om handenarbeid in te ruilen voor een volautomatisch verpakkingssysteem.”

## Iedereen mee in de passie

**Dirk Van Steerteghem:** “Jaarlijks voegt Pattyn twee tot drie markten toe aan zijn exportportefeuille. Welke landen staan nog op de verlanglijst?”

**Stan Pattyn:** “Onder meer in het Afrikaanse continent zit nog heel wat potentieel voor onze lijnen. Dat ook de komende jaren in het teken van groei zullen staan, staat buiten kijf. Maar de grootste uitdagingen vandaag zijn onze sterk groeiende interne organisatie en de samenwerking met de Franse bakkerijdivisie in goede banen leiden. In tijden van grote druk op de productie moeten we een aantal organisatieprocessen hertekenen. De Leeuw van de Export is dan ook een echte opsteker voor ons team dat momenteel wel wat groeistress ervaart. Dat de passie voor engineering en machineontwerp de Pattyns in de genen zit, hoeft geen betoog. Maar successen boek je pas wanneer je erin slaagt mensen mee te nemen in je verhaal.”









# Droom komt uit voor Aluvision, Leeuw van de Export 2015

Vakbeurzen zijn ideaal om zich in het vizier van potentiële klanten en partners te werken. Daarbij geldt de stand als visitekaartje en aandachtstrekker. Met het modulaire aluminium systeem van Aluvision kunnen exposanten bij het design alle kanten uit. Deze 'bouwdoos' laat zich bovendien snel en makkelijk opzetten en afbouwen, telkens opnieuw. Een duurzame oplossing die geregeld in de prijzen valt. Nu staan ook Aluvisions exportresultaten in de schijnwerpers. Maak kennis met onze splinternieuwe Leeuw van de Export in de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers'.

Glunderende gezichten in het publiek én op het podium toen Vlaams minister-president Geert Bourgeois Aluvision aankondigde als de gelukkige winnaar. Ook de dag nadien sprankelt Ann Vancoillie, medeoprichter en managing director van Aluvision, nog. Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationale Handel bij FIT, kwam met vele gelukwensen en enkele vragen.

**“We mogen nog de allerbeste producten hebben, zonder het enthousiasme en de continue inzet van onze ploeg staan we nergens.”**

## Het team werkt

**Dirk Van Steerteghem:** “Nogmaals gefeliciteerd met de Leeuw van de Export 2015. Hoe smaakt de overwinning?”

**Ann Vancoillie:** “Uiteraard zijn we ontzettend blij. Vanmiddag hebben we de award

met het hele team gevierd, want dit fantastische resultaat konden we alleen behalen dankzij hun inspanningen. We mogen nog de allerbeste producten hebben, zonder het enthousiasme en de continue inzet van onze ploeg staan we nergens. Ik beklemtoon het graag: ‘Talent wins games, teamwork wins championships.’”

## Gezocht: 20-tal nieuwe collega's

**Dirk Van Steerteghem:** “Wat betekent deze titel voor jullie?”

**Ann Vancoillie:** “De Leeuw van de Export bevestigt telkens een groeiverhaal. Het geeft aan dat je professioneel goed bezig bent. Als je de lijst van Leeuwen bekijkt ... dat zijn stuk voor stuk sterke, prachtige bedrijven. Daartussen mogen staan is een eer.

We hopen dat het niet alleen voor onze medewerkers een dik verdiende pluim inhoudt, maar dat ook sollicitanten Aluvision ontdekken. In 2014 telden we nog 36 medewerkers, dit jaar ronden we de kaap van 50 en onze zoektocht blijft duren.

Momenteel hebben we zo'n 20 vacatures openstaan voor verschillende profielen, van teamleaders tot internationale salesmensen.”

—ID—

**Bedrijf:** Aluvision

**Sector:**  
standenbouw, interieur en events

**Opgericht in:** 2003

**Aanwezig in:** ± 30, wereldwijd

**Hoofdkwartier:** Deinze

**Buitenlandse vestigingen:**  
in de VS

**Aantal medewerkers in 2014:** 36

**Omzet in 2014:** 7,8 miljoen euro

**% aandeel export in omzet 2014:**  
82%

## Geboren in de slaapkamer

**Dirk Van Steerteghem:** "Tal van aanwezigen op de prijsuitreiking zullen zich herinneren dat Aluvision is ontstaan in de slaapkamer. Kan je dat toelichten?"

**Ann Vancoillie:** "Mijn man Dirk en ik werkten al langer samen. In 1994 richtte hij Creaplan op dat standbouw, displays, showrooms en inrichtingen op maat verzorgt. Een paar jaar later stapte ook ik in de zaak. Doordat we beiden gepokt en gemazeld waren in de standbouw, kenden we de noden als geen ander. Als antwoord bedachten we een modulair aluminium systeem: een handige 'plug & play'-bouwdoos, waar geen uitgebreide gereedschapskist aan te pas komt. Talrijke gesprekken en veel wilde dromen later, waagden we in 2003 de sprong en richtten we Aluvision op."

\\ In onze branche is 'tijd' een erg kritische factor. Dankzij onze centrale locatie spelen we kort op de bal."

## Recht in de roos

**Dirk Van Steerteghem:** "Sloeg het concept meteen aan?"

**Ann Vancoillie:** "Ja, maar het was wel een berekende gok. Zo genoten prefab bouwpakketten tot dan niet de beste reputatie in onze branche. Standen moesten exclusief voor die ene beurs worden gemaakt. Dat veranderde toen eindklanten – veelal grote spelers – beseften dat dit weinig duurzaam was en dat herbruikbare beursstanden net pasten in hun mvo-plan. Let wel, bij ons betekent prefab geen massaproductie, we ontwikkelen systemen op maat. Daarnaast hebben we een 'hidden system' ontwikkeld: de modulaire structuur is verborgen, waardoor de klant zijn stand helemaal volgens zijn wensen kan aankleden. Maar weinig andere bouwpakketten konden dat leveren. De tijd was dus rijp voor Aluvision."

## Internationaal per definitie

**Dirk Van Steerteghem:** "Meteen kozen jullie resoluut voor een internationaal werkterrein. Vanwaar dat vertrouwen?"

**Ann Vancoillie:** "Aangezien de beurswereld bijzonder internationaal gericht is, was het voor ons een evidentie dat ook wij dat zouden zijn. We zijn actief waar onze klanten opereren. Omdat onze producten doorgedreven maatwerk zijn, vergt het voortraject een nauwe relatie met de klant. Dat verloopt makkelijker met een vast salesteam in eigen land dan met agenturen."

Onze buitendienst bewerkt nieuwe markten op basis van het potentieel dat we vooraf in kaart brengen. Daarnaast laten we klanten en prospecten kennismaken met onze producten in onze showrooms als we ze hier uitnodigen voor een bezoek, training of netwerkevent. Ook via deelnames aan beurzen en prinselijke missies zetten we Aluvision in de kijker. Gecombineerd met een sterke binnendienst loopt onze verkoop op wiel-tjes."

\\ Amerikanen zijn gecharmeerd door het Europese design en de eenvoud en efficiëntie van onze producten. Toch willen ze tegelijkertijd producten uit eigen land kopen."

## Amerikaanse ambities

**Dirk Van Steerteghem:** "Op korte tijd hebben jullie een vertegenwoordiging in de VS uitgebouwd. Waarom juist daar?"

**Ann Vancoillie:** "In 2012 richtten we Aluvision Inc. in New York op. Een jaar later openden we een sales office in Atlanta. En volgende maand houden we onze productievervestiging in Georgia boven het doopvont. FIT is trouwens telkens nauw betrokken geweest bij onze Amerikaanse activiteiten. Die steun waarderen we ten zeerste."

Amerikanen zijn gecharmeerd door het Europese design en de eenvoud en efficiëntie van onze producten. Toch willen ze tegelijkertijd producten uit eigen land kopen. Tegenstrijdig, maar wel de realiteit. Een lokale aanwezigheid bood de oplossing."

## Alleen daar waar arbeid kost

**Dirk Van Steerteghem:** "Het traject van Aluvision lijkt wel alleen uit rozengeur en maneschijn te bestaan. Hebben jullie ook al tegenlagen gekend?"

**Ann Vancoillie:** "Uiteraard loopt niet alles altijd zoals verwacht, maar vallen en opstaan hoort bij ondernemen. Onze ambitie reikt enorm ver en dan stuiten we soms op beperkingen. Zo vinden in het Midden-Oosten veel beurzen plaats, maar de loonkosten zijn er zodanig laag, dat het goedkoper is om een team een stand te laten opbouwen en afbreken, dan ons systeem aan te schaffen. Hetzelfde geldt voor andere groeimarkten, zoals India. Dat we er wel aanwezig zijn, komt door-gaans op vraag van de eindklant die overal even duurzaam te werk wil gaan."

## Perfekte tandem

**Dirk Van Steerteghem:** "Aluvision evolueerde in ijlt tempo van zaak zonder personeel naar middelgrote kmo. Ging dat gepaard met veel groeipijnen?"

**Ann Vancoillie:** "Doordat Dirk en ik al zo lang samenwerken en perfect op elkaar zijn ingespeeld, denken en handelen we echt als één bedrijfsleider. Als ingenieur zou je verwachten dat hij de meer technische kant voor zijn rekening neemt, maar we sturen allebei alle domeinen. Uiteraard leggen we andere accenten, en dat is net goed. Deze formule werkt voor ons en onze medewerkers."

\\ Momenteel hebben we zo'n 20 vacatures openstaan voor verschillende profielen, van teamleaders tot internationale salesmensen."

Ons personeelsbestand is inderdaad snel gegroeid, op vijf jaar tijd is het zowat vervijfvoudigd. Vandaag werken bij Creaplan en Aluvision samen ongeveer honderd medewerkers. Het is aan Dirk en mij om die steile groei goed te sturen. Om vol-doende platforms in te bouwen, zodat iedereen de klim volhoudt. Groter worden betekent ook delegeren, we kunnen

onmogelijk zelf alle verantwoordelijkheden blijven houden. Dat is voor mij het allermooiste aan ondernemen: samen groeien met het team.”

### Alleen in Vlaanderen

**Dirk Van Steerteghem:** “Als Leeuw van de Export speelt Aluvision een ambassadeursrol voor exporterend Vlaanderen.

Maar de keerzijde van die internationale focus kan ook een permanent vertrek uit onze regio inhouden. Overwegen jullie soms een andere thuisbasis?”

**Ann Vancoillie:** “Absoluut niet, we blijven in Vlaanderen. In onze branche is tijd een erg kritische factor. Dankzij onze centrale locatie kunnen we kort op de bal spelen. Door de productie hier in huis te houden en stevig in te zetten op innova-

tie, garanderen we constante kwaliteit. Zo zijn we erin geslaagd om Duitsland – het grootste beursland ter wereld – en Zwitserland tot onze grootste klanten te doen uitgroeien. Alleen met topkwaliteit kunnen we dat ook zo houden. En Vlamingen leggen nu eenmaal de lat hoog, in de VS leidt zelfs een Amerikaan met Vlaamse roots onze productie. We verbreken de banden niet.”



### 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.



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'.

# Marktinformatie



## De groente- en fruitsector in Noorwegen

De Noren dragen evenwichtige voeding steeds hoger in het vaandel. Zo zit het verbruik van groenten en fruit er in de lift. Dit rapport schetst de marktsituatie en de vereiste formaliteiten bij de import van groenten en fruit. Verder bevat het een overzicht van de grootdistributie, contactgegevens van de betrokken beroepsfederatie en adressen van Noorse producenten en invoerders.

## Chocolade en suikerwaren in Noorwegen

De Noren eten meer chocolade dan vroeger, maar minder snoepgoed waarin suiker is verwerkt. Naast een schets van de marktsituatie bevat deze publicatie details over de formaliteiten en de kosten die bij de import van chocolade en suikerwaren komen kijken. U vindt er ook een overzicht van de grootdistributie, contactgegevens van de betrokken beroepsfederatie en adressen van producenten en invoerders.

## Renewable energy in Poland

Hoewel Polen zijn energie nog grotendeels uit traditionele energiebronnen haalt, zorgt het lidmaatschap van de EU ervoor dat hernieuwbare energie steeds hoger op de beleidsagenda komt. Sinds kort worden er grootschalige windmolenparkprojecten opgestart, uitgebaat door gemeenten of privéontwikkelaars. Naast een beknopt overzicht van de Poolse energiesector en de kansen voor Vlaamse bedrijven bevat deze studie ook een lijst met nuttige contacten en links.

## European funds 2014-2020 in Poland

Polen is sinds 2004 lid van de EU. Vandaag is het land de grootste begunstigde van EU-fondsen van alle lidstaten. Budgetten van het vorige 'Financial Framework 2007-2013' werden grotendeels ingezet in het kader van wegeninfrastructuur, duurzaam vervoer en milieubescherming. De fondsen van de nieuwe begroting (2014-2020) zullen worden geïnvesteerd in sectoren die het meest bijdragen aan de ontwikkeling van het land: transportinfrastructuur (wegen en spoorwegen), milieu, innovatie en bedrijfs-ondersteuning, digitalisering, onderzoek en ontwikkeling, en onderwijs.

## High tech in Israel

Israël is wereldleider in hightech en innovatie, met bijna-men als 'Silicon Wadi' en 'Start-up Nation'. Deze studie belicht trends, vooruitzichten en opportuniteiten van de Israëlische hightechindustrie.

## Infrastructure in Israel

De komende jaren zal Israël volop inzetten op de verbetering van zijn infrastructuur. In dit Engelstalige rapport verneemt u welke projecten op stapel staan op het vlak van vervoer (trein, snelwegen, metro), internationaal verkeer (luchthavens, havens), energie en water. Uiteraard komen ook de opportuniteiten voor Vlaamse bedrijven aan bod.

## Food & beverages in South Africa

Dit rapport neemt de Zuid-Afrikaanse retailmarkt voor voeding en dranken onder de loep. Potentiële exporteurs kunnen aan de hand van deze leidraad beter inschatten of dit een interessante afzetmarkt is voor hun producten. En bedrijven die er al aanwezig zijn, kunnen tips opdoen om hun bestaande aanbod in dit segment verder te versterken.

## Het autobustransportsysteem in Argentinië

Het Argentijnse systeem voor bustransport is goed georganiseerd en van levensbelang voor de samenleving en de economie. In dit rapport buigen we ons over de plannen voor de vernieuwing van een groot deel van de Argentijnse busvloot. Vlaamse bedrijven actief in deze branche vinden er relevante informatie om hun marktkansen te vergroten.

## Invoer van technisch textiel in de VS

Deze marktstudie behandelt de invoer van technisch textiel in de VS: marktomvang en groeivoorzichten, invoerstatistieken. Ook overzichten van Amerikaanse invoerders en de belangrijkste publicaties, beurzen en beroepsfederaties mogen niet ontbreken.

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

# Intussen ...

Met Averbode Abdijbier en Mongozo Buckwheat White viel **brouwerij Huyghe** verschillende keren in de prijzen op de International Beer Challenge en de World Beer Awards, de meest gerenommeerde bierwedstrijden ter wereld. Vandaag voert de familiale brouwerij uit Melle uit naar 85 landen. De awards zullen ongetwijfeld deuren openen naar bijkomende exportmarkten.

De nieuwe laklijn van het Zweedse verfmerk Caparol verschijnt in een IML-verpakking van het Maldegemse **Verstraete IML**. De productiekost van IML (In Mould Labeling) ligt lager dan die van metalen emmers, het materiaal biedt meer grafische opties en de verpakkingen kunnen volledig gerecycleerd worden. Caparol is het hoofdmerk van DAW SE, de op twee na grootste fabrikant van Europese verven.

Op 29 juli toerde **Wafels & Dinges** onder Google-vlag door New York. De opvallende actie kaderde in de lanceringscampagne van de app Google Photos om foto's te bewaren en te ordenen. Kleppers als Samsung en GAP deden eerder al een beroep op de wafeltrucks van landgenoot Thomas De Geest. En op onze nationale feestdag was biermerk Duvel aan de beurt.

Onlangs sloot **Ablynx** met de Amerikaanse farmareus Merck de grootste biotechdeal ooit in ons land. In totaal gaat het over 4 miljard euro voor 12 onderzoeksprojecten naar een middel tegen kanker. Na een voorafbetaling van 13 miljoen euro krijgt het Gentse bedrijf nog eens 340 miljoen euro per onderzoek dat goede resultaten oplevert, op voorwaarde dat deze binnen 4 jaar op tafel liggen.

Het ecologische transportbedrijf **Bubble Post** uit Gent slaat zijn vleugels uit. Het breidt uit naar Wallonië, Nederland en Barcelona. Naast bedrijven zullen in de nabije toekomst ook consumenten een beroep kunnen doen op de koeriers om hun goederen vanuit de stadsrand naar het centrum te vervoeren met elektrische cargofietsen.

**Cartamundi** sloot een voorlopig akkoord met Hasbro voor de overname van zijn bordspellenfabrieken in Ierland en Massachusetts. De Amerikaanse speelgoedfabrikant besteedt daarmee de productie van onder meer Monopoly en Cluedo uit aan de Turnhoutse speelkaartenproducent.

UGent en haar spin-off **Caloritum** kaapt bij de Engelse Royal Society of Chemistry een prestigieuze innovatieprijs weg. De toonaangevende Europese organisatie bekroonde hun chemische warmtepomp voor het terugwinnen van industriële restwarmte. Een mooie internationale erkenning voor de toepassing. Daarnaast zet de prijs ook de expertise in groene chemie van het researchteam in de kijker.

In juni installeerde het Leuvense hightechbedrijf **eSATURNUS** zijn eerste digitale operatiekamer buiten Europa: in het Algerijnse Douera. Het platform maakt het mogelijk om door integratie van video-over-IP in de operatiekamer medische info veilig en efficiënt te verspreiden binnen de steriele zone én daarbuiten.

**Acquia** en **iText Group** halen allebei een verdienstelijke score in de Inc. 5000, de lijst van snelstgroeiende niet-beursgenoteerde bedrijven in de VS. Met 355% groei en een omzet van 101,5 miljoen dollar prijkt het Drupal-servicebedrijf op de 1183e plaats, iText vinden we op nummer 1666 met 245% groei en 8,5 miljoen dollar omzet.

brouwerijen wereldwijd telt **Duvel Moortgat** na de overname van de Firestone Walker Brewing Company. Deze Californische brouwer van speciaalbiere heeft een geschatte omzet van 170 miljoen euro op de Amerikaanse markt. Het is de derde overname van de Breendonkse brouwersgroep in de VS.





## Turkije

### Stormachtige tijden, maar met kans op opklaringen

De Turkse economie haalt niet meer de hoge groeicijfers van enkele jaren geleden. Op korte termijn wegen politieke onduidelijkheid, opgelaaide terreur en oorlog aan de grenzen op het sentiment én de cijfers. Maar op lange termijn heeft Turkije onmiskenbare troeven. Samen met onze Vlaamse Economische Vertegenwoordiger in Turkije, Raphael Pauwels, analyseren we de lokale exportbarometer.

Raphael Pauwels: "Toen het land in 2010 en 2011 bbp-groeivoeten van 9,2 en 8,8% liet noteren, werd het 'een BRIC-land in de achtertuin van Europa' genoemd. Maar die hoge groeicijfers zijn voorlopig verleden tijd. Voor dit en volgend jaar wordt een groei in de buurt van 3% verwacht. In onze westerse ogen lijkt dat veel, maar voor Turkije is dat minder dan macro-economisch goed is voor het land, vooral met het oog op het in toom houden van de werkloosheid. Nu, het groeicijfer van het tweede kwartaal – 3,8% jaar op jaar – was beter dan verwacht. Maar het derde en vierde kwartaal dreigen weer minder te zijn."

### **Welke invloed heeft de politieke situatie in de regio?**

"Er zijn verschillende factoren die de Turkse economie momenteel negatief beïnvloeden. De oorlog in Irak en Syrië tast de Turkse export naar die landen aan en snijdt bovendien belangrijke doorvoerroutes af naar verder gelegen markten in het Midden-Oosten. In eigen land is er sinds juli het zwaar opflakkerende conflict met de Koerdische PKK na twee jaar van relatieve vrede. En dan is er nog de onzekerheid in de binnenlandse politiek: bij de voorbije verkiezingen verloor de AKP de parlementaire meerderheid waarmee ze de voorbije dertien jaar het land in haar eentje kon regeren. Coalitiebesprekingen draaiden op niets uit, waardoor nu nieuwe verkiezingen in aantocht zijn. Zowel het consumenten- als ondernemersvertrouwen lijden onder die situatie."

### **Wat zijn de economische vooruitzichten op langere termijn?**

"Om opnieuw 4 à 5% jaarlijkse groei op te tekenen, moet Turkije een 'nieuw groeiverhaal' vinden, zeggen analisten: zijn competitiviteit aanscherpen, het onderwijs verbeteren, zijn innovatie- en O&O-inspanningen opvoeren, zijn toegevoegde waarde in producten en diensten verhogen... Kortom, het moet opklimmen in de wereldwijde waardeketen door meer producten met hoge toegevoegde waarde te produceren. Zo niet dreigt het land te blijven hangen als 'middle income country'."



### **Waarom moeten Vlaamse ondernemers Turkije overwegen als exportland?**

"Omdat Turkije een aantal onmiskenbare troeven blijft hebben. Eén daarvan is de omvang van zijn binnenlandse markt, met een bevolking van bijna 80 miljoen mensen, waarvan de helft jonger dan 30. Een bevolking die bovendien gretig consumeert en nood heeft aan nieuwe appartementen en huizen. Ten tweede is er de geografische ligging van het land, die van Turkije een goederencorridor maakt tussen Oost en West, én een energiecridor voor gas en olie richting Europa. Ten derde is er de ontwikkelde industrie, met relatief lage lonen. En ten vierde: de douane-unie met de EU en de harmonisering van de wetgeving met de EU in het kader van de toetredingsonderhandelingen – al zit daar de jongste jaren maar weinig fut meer in."

### **Welke troeven moeten Vlaamse ondernemers uitspelen?**

"Kwaliteit, innovatie, hightech, design, milieuvriendelijkheid, energie-efficiëntie: voor producten met dergelijke eigen-

schappen is er echt wel interesse. De massamarkt haal je er allicht niet mee – daar staan lokale Turkse bedrijven met hun goedkopere kostenstructuur gewoon te sterk – maar je kan er wel lucratieve niches mee aanboren."

### **Aan welke sectoren denkt u dan specifiek?**

"Er is nood aan milieutechnologie en machines, de logistieke behoeften blijven groeien, de infrastructuur wordt verder vernieuwd en uitgebouwd, en er is nog altijd grote vraag naar chemische producten. Turkije is ook nog steeds een groot importeur van 'half afgewerkte producten', waarvan Vlaanderen een groot producent is.

Wat de consumentenmarkt betreft: met de gestegen koopkracht groeide ook de interesse voor buitenlandse voedingsproducten. Die zie je dan ook almaar meer opduiken in de supermarkten. Vlaamse koekjes en chocolade, filterkoffie, snacks en dipsauzen, sojadrinks, en sinds een paar jaar ook onze bieren: je vindt ze er allemaal. Opvallend is ook de behoorlijk grote interesse in bioproducten."

## Aan welke belemmeringen mogen exportbedrijven zich verwachten?

“De Turkse administratie en douane bezorgen Vlaamse exportondernemingen geregeld kopzorgen, ondanks de groeiende openheid voor bedrijven uit de EU. Dat komt voornamelijk omdat de regelgeving nog vaak verandert, en soms niet 100% duidelijk is. Daardoor interpreteert de ene douanepost de zaken bijvoorbeeld

anders dan de andere.”

## Heeft u nog een gouden tip voor ondernemers die willen exporteren naar Turkije?

“Mijn advies voor Vlaamse kmo's: vind de juiste, lokale partner – in de vorm van een agent, vertegenwoordiger of plaatselijk bedrijf. Turkije is en blijft een land van 'ons kent ons'. Relaties en netwerken

zijn enorm belangrijk, soms even belangrijker als de kwaliteit van uw product of dienst. Bovendien kent zo'n partner zijn weg binnen administratie en douane. En wat meer is: veel Turkse bedrijven zijn al kind aan huis in verder gelegen markten, zoals de Kaukasus, Centraal-Azië of het Midden-Oosten. Een dergelijke partner kan dus meteen een springplank bieden naar die markten.”

### Group Galloo

## “Persoonlijke band helpt je door moeilijke tijden”

De Gentse vestiging van metaalrecyclagespecialist Group Galloo voert al 20 jaar gigantische hoeveelheden staalschroot uit naar Turkije. Ook nu dat land het economisch wat moeilijker heeft, behoudt Galloo Gent relatief eenvoudig zijn jaarlijkse exportvolume van 600.000 ton, goed voor een omzet van 200 miljoen euro per jaar. “Wij zijn er al lang voor onze Turkse klanten, en dat waarderen ze”, verklaart CEO Bernard Beyne.

Turkije en Egypte zijn voor Galloo in Gent de enige exportlanden. Maar die zijn wel goed voor 95% van de omzet. Bernard Beyne legt uit hoe dat is gegroeid: “Toen het 20 jaar geleden mogelijk werd om staalschroot voor 100% opnieuw te recyclen, hebben zich enkele landen op die nieuwe markt gestort, waaronder Turkije. Tegelijk daalde de productie van staal in West-Europa drastisch. Zo is onze vestiging, als verwerker en aanbieder van staalschroot, zich beginnen toeleggen op de export naar die landen.”

### Versnipperde staalmarkt

Het exportvolume van Group Galloo schoot – samen met de Turkse staalindustrie – pijlsnel de hoogte in. Van 50.000 ton staalschroot midden jaren 90, ging het voor Group Galloo richting 600.000 ton in 2010. De laatste 5 jaar is dat cijfer gestabiliseerd, maar

zorgen maakt de CEO zich daar niet over. Ondanks de moeilijke conjunctuur waarin de staalbouw zich nog steeds bevindt. “Turkije kent zo'n 20 grote staalbedrijven, waarvan we er aan 3 of 4 leveren. Regelmatig valt er eentje af, maar dan vinden we snel een andere.” Een bijkomend voordeel voor de Group Galloo – die sinds 1939 bestaat en 41 productievestigingen telt in België, Frankrijk en Nederland – is dat zowat alle staalbedrijven aan de Middellandse kust liggen. “De haven van Gent, met zijn vele aanvoerwegen, vormt een schitterende uitvalsbasis. Door het staalschroot te transporteren met grote zeeschepen van 40.000 ton houden we de transportkosten bovendien enorm beperkt.”

### Relaties op het hoogste niveau

Naast de versnipperde staalmarkt is er nog een reden waarom Group

Galloo nauwelijks lijdt onder de crisis in de staalbouw: de uitstekende relaties met de veelal familiale staalbedrijven. “Turkse ondernemers mogen dan geslepen onderhandelaars zijn, ze hechten ook veel belang aan persoonlijk contact”, zegt Bernard Beyne. “Na 20 jaar kennen ze ons als een betrouwbare en kwalitatieve partner. Vooral vandaag, in economisch moeilijke tijden geeft dat de doorslag.”

Intussen kent de Turkse manier van onderhandelen geen geheimen meer voor Bernard Beyne: “Turkse ondernemers zijn snelle beslissers waarmee je heel regelmatig contact moet onderhouden tot op het hoogste niveau. Eerst zijn er de typische, lange besprekingen inclusief theedrinken, maar bij het finale bod verwachten ze dat je onmiddellijk beslist.”





### Schrijf u in voor de FIT-groepszakenreis naar Turkije

Van 6 tot en met 10 december organiseert FIT een groepszakenreis naar Istanbul en Kocaeli. Istanbul is het economische hart van het land, hét centrum van de in- en uitvoer ook. De provincie Kocaeli is een industrieel zwaargewicht, in zijn eentje goed voor 13% van Turkijes industriële output. Kocaeli kent een sterke aanwezigheid van automotive (en toeleveringsindustrie), plastics, chemie, machinesector, metaalnijverheid, en belangrijke ontwikkelingen inzake logistiek.



## “Als je gaat, ga dan voluit”

Grootbakkerij La Lorraine werkt sinds de jaren 90 aan een stapsgewijze expansiestrategie naar het Oosten. Turkije, waar het familiebedrijf uit Ninove sinds enkele jaren actief is, vervult daarin een sleutelrol. “Vanuit dit centraal gelegen land staan we in polepositie voor de race naar de Midden-Oosterse markt”, zegt Denis Dossche, sales & marketing manager in Istanbul.

La Lorraine gaat in haar groei niet over één nacht ijs: in Tsjechië en Polen sloot het bedrijf eerst joint-ventures om de bouwkosten van de productievestigingen te delen. Daarna werd het telkens voor 100% eigenaar. Momenteel heeft het ook een joint-venture in Roemenië. “De logische volgende stap naar het Oosten was Turkije”, aldus Denis Dossche.

### Kort op de bal

Een marktonderzoek wees uit dat daar voldoende reden voor was: de Turken zijn de grootste broodeters ter wereld, met een jaarlijkse consumptie van 200 kilogram per persoon. Ter vergelijking: in eigen land eten we ‘slechts’ 80 kilogram per jaar. Een bijkomende opportuniteit was de beperkte keuze aan broodsoorten in Turkije. En niet onbelangrijk: ondanks verschillende pogingen was er nog geen enkele andere West-Europese grootbakkerij geslaagd in het gigantische land.

Dat La Lorraine wel voet aan grond krijgt, komt volgens Denis Dossche omdat ze er vanaf dag één voluit voor gegaan zijn. “We hebben snel een dynamisch team van 15 mensen uitgebouwd om onze verkoop- en distributiestrategie te implementeren. Dit hoofdzakelijk lokale team werkt nauw samen met het Belgische moederbedrijf, waardoor we de ervaringen en sterktes van beide culturen kunnen combineren.”

### Merkgevoelige consumenten

Die aanpak levert resultaat op: via onder meer premium retailer Migros – te vergelijken met Delhaize – liggen de broden en gebakjes van La Lorraine vandaag reeds in de rekken van meer dan 100 supermarkten in Istanbul, Ankara, Izmir, Antalya, Bursa en Bodrum. La Lorraine zal haar afbakconcept snel verder uitbouwen in andere regio's van Turkije. Daarnaast bouwt het lokale team aan een duurzaam foodservicenetwerk van

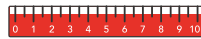
hotels, restaurants en cafés. La Lorraine zal ook verder investeren in haar merkbekendheid: “Turken consumeren graag en zijn uiterst merkgevoelig”, legt Denis Dossche uit. “Ze worden graag gezien met een Starbucks-koffie of nieuwe iPhone in de hand. Daarom overwegen we ook om ons bekende broodjesmerk Panos hier te lanceren.”

### Poort naar het Midden-Oosten

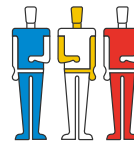
Zoveel is duidelijk: La Lorraine is vastbesloten om te slagen in Turkije. En daar is ook een strategische reden voor: “Turkije is een zeer belangrijke markt die ook de poort opent naar het Midden-Oosten”, legt Denis Dossche uit. “Onlangs zijn we hier gestart met de bouw van onze eigen productievestiging. Wanneer die in 2016 operationeel zal zijn, hebben we de logistieke mogelijkheden om onze groei naar het Midden-Oosten verder te zetten, onder meer naar de Verenigde Arabische Emiraten.”



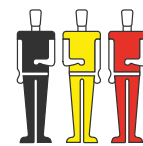
# Factsheet Turkije



OPPERVLAKTE  
783.562 KM<sup>2</sup>



AANTAL INWONERS  
77,7 MILJOEN (2014)



AANTAL BELGEN  
ingeschreven in  
Ankara: 2.176 (JULI 2015)  
Istanbul: 1.654 (JULI 2015)



OFFICIËLE TAAL  
TURKS

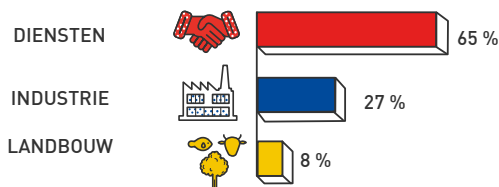


MUNTEENHEID  
TURKSE LIRA (TRY):  
1 EUR = 3,26 TRY  
(1/09/2015)



In Istanbul moet in 2017  
de grootste luchthaven  
ter wereld verrijzen.

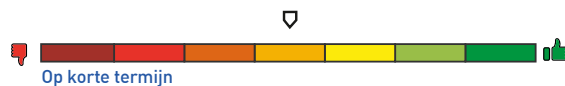
## Aandeel economische sectoren in bbp (2013)



## Ease of doing business index:



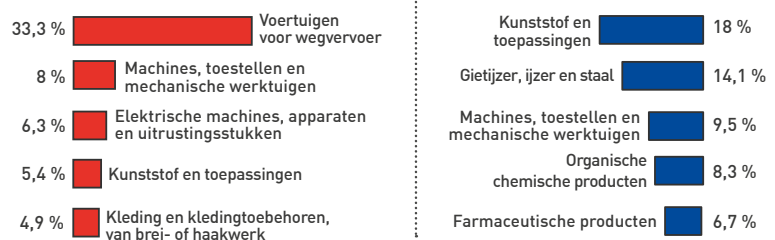
## Politiek risico



## Commercieel risico (van A tot C)



## Vlaamse export naar Turkije: € 4,4 miljard (2014)



## Vlaamse import uit Turkije: € 2,9 miljard (2014)

### Meer weten over zakendoen in Turkije?

Raadpleeg ons landendossier op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) of neem contact op met het provinciaal kantoor in uw buurt. Alle contactinfo vindt u op onze website.



# 150 jaar België-Japan

## Commercieel logo biedt nieuwe exportmogelijkheden naar Japan

Een uniek, tijdelijk beschikbaar product als een seizoensbiertje? De Japanse consument is er gek op. Onlangs werd ter ere van 150 jaar vriendschap tussen ons land en Japan een speciaal logo ontwikkeld. Vlaamse bedrijven die herdenkingsproducten willen lanceren op de Japanse markt, kunnen dit logo na goedkeuring gebruiken.



Op 1 augustus 1866 ondertekenden België en Japan een eerste verdrag van vriendschap, handel en scheepvaart. Het vormde de start van een levendige commerciële relatie met het land van de rijzende zon. Japan is vandaag de op zeventien na grootste exportmarkt voor Vlaanderen.

### Veelzijdig marketingmiddel

Om die historische gebeurtenis te herdenken, heeft de Belgische ambassade in Tokio een logo ontwikkeld voor commerciële doeleinden. Vlaamse bedrijven die in het kader van deze vriendschapsviering producten of diensten willen lanceren op de Japanse markt, kunnen dit unieke marketingmiddel aanbrengen op exportartikelen, verpakking, promotiemateriaal enzovoort.

### Meer info over dit initiatief?

Neem contact op met ons kantoor in Tokio via [tokyo@fitagency.com](mailto:tokyo@fitagency.com).

### Inspelen op de Japanse consument

"Japanse consumenten zijn verzot op producten of diensten die voor speciale gelegenheden worden gelanceerd", verklaart Dirk De Ruyver, onze Vlaamse Economische Vertegenwoordiger in Tokio. "Als het gaat om tijdelijke, unieke initiatieven willen ze er absoluut bij zijn. Japanse brouwerijen spelen hier bijvoorbeeld op in door elk seizoen een tijdelijk verkrijgbaar bier te lanceren. We hopen dat dit commerciële logo eenzelfde effect heeft en onze export naar Japan zal bevorderen."

### Geschikte toepassingen zoeken

Dirk De Ruyver plaatst het initiatief wel in perspectief: "Dit initiatief is vooral interessant voor Vlaamse bedrijven die al over verdelers of klanten in Japan beschikken. Ik zou hen aanraden om het gebruik van dit logo met hun Japanse zakenpartner te bespreken." Het logo is beschikbaar in verschillende uitvoeringen en dat tot maart 2017. Gebruik is enkel toegestaan na goedkeuring door de Belgische ambassade in Tokio, in overleg met het lokale FIT-kantoor.



**Zakendoen in Europa**

# Doelgericht zoeken naar de ideale **buitenlandse match**



Advies voor uw onderneming binnen handbereik



Richt u uw pijlen op nieuwe buitenlandse zakenpartners? Goed nieuws, want voortaan mikt u nog doeltreffender. Het Enterprise Europe Network Vlaanderen, een krachtenbundeling van FIT, het Agentschap Ondernemen en IWT, heeft zijn professionele datingaanbod onlangs nog vernieuwd. Naast de diensten van FIT bieden deze activiteiten u bijkomende mogelijkheden om succesvol te internationaliseren.

## 1. Professionele datingsite

De Partnering Opportunities Database of POD is bestemd voor ondernemers die op zoek zijn naar nieuwe afzetmarkten of leveranciers, of naar een partner voor commerciële, technische of financiële samenwerking. Deze databank bevat meer dan 4.000 internationale zakenvoorstellen uit alle landen waar het Enterprise Europe Network vertegenwoordigd is. Dat netwerk bestaat uit 600 partnerorganisaties met 4.000 medewerkers en is actief in meer dan 50 landen, verspreid over alle continenten. Sinds kort is de databank een stuk gebruiksvriendelijker gemaakt: u bekijkt voortaan niet alleen het voorstel, maar ook het profiel van uw potentiële zakenpartner online via <http://een.ec.europa.eu/tools/services/SearchCenter/Search/ProfileSimpleSearch>

### Periodieke nieuwsbrief op maat

Elke ondernemer kan zich gratis registreren op deze POD-database via <http://een.ec.europa.eu>. Nadat u het type samenwerking en/of het vestigingsland van uw potentiële handelspartner heeft gekozen, krijgt u een selectie van profielen of events die voor u interessant zijn. Die ontvangt u op dagelijkse, wekelijkse of maandelijkse basis in de vorm van een nieuwsbrief. Abonneert u zich liever niet? Dan kan u ook rechtstreeks zoeken in de POD.

Alle profielen in de databank zijn anoniem. Wil u meer informatie over een bepaald voorstel, dan kan u via de databank contact opnemen met Enterprise Europe Network Vlaanderen.

### Best of

Als extra dienstverlening verstuurt het Enterprise Europe Network Vlaanderen maandelijks zijn Business Cooperation Newsletter, een elektronische nieuwsbrief met een selectie van de meest interessante Europese samenwerkingsvoorstellen. U kan zich hiervoor registreren door een e-mail te sturen naar: [enterprise.europe@vlaanderen.be](mailto:enterprise.europe@vlaanderen.be).

### Persoonlijk advies

Het spreekt voor zich dat u via de Partnering Opportunities Database ook zelf een zakenvoorstel kan lanceren. Tijdens een bezoek aan uw bedrijf helpt een medewerker van het Enterprise Europe Network of van FIT u graag met het opstellen van een samenwerkingsvoorstel: hij of zij adviseert u bij het omschrijven van uw bedrijfsactiviteiten, potentiële partners en doellanden, en het soort samenwerking dat u beoogt. Vervolgens wordt dit samenwerkingsvoorstel via de databank verspreid.

## 2. Speeddating voor bedrijven

Met een uitgebreid aanbod aan internationale b2b-contactdagen biedt het Enterprise Europe Network bedrijfsleiders de kans om elkaar in levende lijve te ontmoeten. Dat gebeurt meestal in de marge van een toonaangevende vakbeurs of een belangrijk congres in een specifieke sector.

### Select gezelschap

Tijdens deze b2b-contactdagen ontmoeten ondernemers elkaar op basis van een afsprakenprogramma dat ze dankzij een applicatie zelf samenstellen. Aan de hand van een zakenprofiel geeft elke deelnemer vooraf aan welke specifieke producten of diensten en samenwerking men zoekt of aanbiedt.

De voordelen zijn legio. Zo laten ze u toe om snel en op één locatie veel internationale contacten te leggen en informatie over verschillende markten te verzamelen. U maakt kennis met nieuwe producten, diensten en technologieën, en start gesprekken op met toekomstige zakenpartners uit tal van landen.

### Deelnemers over de b2b-contactdag tijdens het biomedische AMBA-congres in Gent (2014)

“Met zo’n matchmaking-event spaar je een hele hoop tijd uit in de zoektocht naar de juiste partner.”

*Erik Croeze, Corbion*

“We hebben direct toegang tot een pak mensen en organisaties, zodat we meteen ter zake kunnen komen.”

*Herbert De Breuck, Luxilo*

“De waarde van zo’n persoonlijke ontmoeting is dat je meteen een blik kan werpen achter de schermen van een bedrijf. Je krijgt een duidelijk beeld van hoe mensen werken en zich gedragen.”

*Tim Bolle, Universiteit Aken*

Bekijk enkele video’s van afgelopen events van het Enterprise Europe Network Vlaanderen: [www.youtube.com/user/enterprisevlaanderen/videos](http://www.youtube.com/user/enterprisevlaanderen/videos)

### Enkele voorbeelden van b2b-contactdagen in het najaar van 2015

**14-16 OKTOBER**  
**Internationaal b2b-forum ‘Creatieve en culturele industrie & ICT’, Mons**

Tijdens het internationaal forum Cultur@llia 2015 kan u op 16 oktober deelnemen aan een business-speeddating met vertegenwoordigers van ICT-bedrijven en de culturele en creatieve industrie (CCI).

[www.culturallia2015.com](http://www.culturallia2015.com)

**19-20 OKTOBER**  
**European meet & match voor cleantechbedrijven, Brussel**

In het kader van de Brussels Sustainable Development Summit voorziet de Flanders Cleantech Association (FCA) op 20 oktober een meet & match voor cleantechkmo’s. Om deel te nemen aan deze sessies, registreert u zich op voorhand via:

[www.b2match.eu/BSDS2015-FCA](http://www.b2match.eu/BSDS2015-FCA)

**20-22 OKTOBER**  
**Metaal- en kunststofbedrijven met elkaar verbinden, Antwerpen**

Tijdens de Welding Week in Antwerp Expo krijgen bedrijven een volledig overzicht van de apparaten, hulpmiddelen, chemicaliën en diensten die ingezet worden bij het lassen, verbinden en snijden van metalen en kunststoffen. Op woensdag 21 oktober organiseert het Enterprise Europe Network een matchmakingevent voor potentiële zakenpartners in de sector.

[www.b2match.eu/weldingweek2015](http://www.b2match.eu/weldingweek2015)

**10-11 NOVEMBER**  
**ELMIA Jönköping (Zweden)**

Het Enterprise Europe Network neemt opnieuw deel aan de ELMIA-subcontractingbeurs in het Zweedse Jönköping. Op deze mooie locatie aan het Vätternmeer gaan jaarlijks 15.000 professionelen op zoek naar de juiste toeleverancier. Meer informatie over de 1.200 standhouders vindt u op:

[www.elmia.se/en/subcontractor](http://www.elmia.se/en/subcontractor)

### Meer weten?

Surf naar [www.enterprisevlaanderen.be](http://www.enterprisevlaanderen.be). Nog niet gevonden wat u zoekt? Neem contact op met Enterprise Europe Network Vlaanderen via [enterprise.europe@vlaanderen.be](mailto:enterprise.europe@vlaanderen.be).



# De Leeuw van de Export 2015 in beeld

Op 16 september 2015 was de Leuvense Brabantthal het decor van de jaarlijkse hoogmis van de export. En daar wilde uitvoerend Vlaanderen graag bij zijn. Vlaams minister-president Geert Bourgeois mocht de envelop openen: Aluvision (Bedrijven met maximaal 49 medewerkers) en Pattyn Packing Lines (Bedrijven met 50 of meer medewerkers) waren de gelukkige winnaars. Bedankt aan alle aanwezigen om er samen een boeiende avond van te maken. Hopelijk bent u er volgend jaar opnieuw bij. Noteer alvast woensdag 29 juni 2016 in uw agenda.















# kalender



Op een Contactdag krijgt u een persoonlijk en gratis consult met een deskundige die woont en werkt in uw doelmarkt. Grijp deze buitenkans om uw exportplannen te bespreken. Afspraak in de provincie van uw keuze.

## Argentinië, Brazilië, Chili, Mexico en Peru

**21 tot en met 28 oktober 2015**

Leuven, Hasselt, Brugge, Antwerpen en Gent

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 27 oktober 2015 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

## Ierland en het VK

**7 tot en met 14 oktober 2015**

Brugge, Gent, Antwerpen, Hasselt en Vilvoorde

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 13 oktober 2015 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

CONTACT-  
DAGEN

## Multisectoraal – Turkije Istanbul en Kocaeli

**6 tot en met 10 december 2015**

Turkije heeft heel wat troeven in huis: een omvangrijke bevolking, een strategische ligging en een groeiende economie. Tijdens deze groepszakenreis ontdekt u wat deze markt voor uw onderneming kan betekenen.

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 12 oktober 2015 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Karine De Vleeschouwer op 02 504 87 37 of [karine.devleeschouwer@fitagency.be](mailto:karine.devleeschouwer@fitagency.be)

GROEPS-  
ZAKEN-  
REIZEN

## Zakendoen in Kameroen Brussel

**28 oktober 2015**

Als voorbereiding op de Vlaamse economische missie naar Kameroen van februari 2016 organiseert FIT op 28 oktober 2015 een infovergadering over dit land. Het seminarie wordt gevolgd door een netwerklunch.

Kameroen telt zo'n 20 miljoen inwoners. In 2014 groeide de economie met 5,3% en de verwachtingen blijven gunstig. Bovendien levert de overheid grote inspanningen om de economie te diversifiëren. Naast de historisch belangrijke landbouwsector bloeien zowel de lokale nijverheid als de dienstverlening (financieel, telecom, transport en distributie). Kortom, dit land in Sub-Sahara Afrika wordt stilaan een veelbelovende bestemming voor Vlaamse exporteurs.

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 21 oktober 2015 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Johan Malin op 02 504 87 58 of [johan.malin@fitagency.be](mailto:johan.malin@fitagency.be)

SEMINARIE

**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)