

Magazine voor internationaal ondernemen

wereld WIJS

68
10\2014

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



Leeuw van de Export 2014

**Leeuw van de Export 2014:
de winnaars zijn HTMS en Agristo!**



04



In gesprek met **HTMS** en **Agristo**

Qatar schakelt nog versnelling hoger



11



De Leeuw van de Export 2014

en verder ...

3 Edito \ \ **22** Marktinformatie \ **24** Intussen ... \ **25** Kalender \ **27** Tien slimme stappen voor internationaal ondernemen → Stap 9: zelf een nieuw exportpad bewandelen? Of een lokale agent vooruitsturen?

“Proficiat HTMS en Agristo!”

Beste lezer,

Vrijdag 5 september was een spannende en bewogen dag voor onze zes genomineerden Brouwerij L. Huyghe, HTMS, Vermeiren Princeps, Agristo, Biobest en Datwyler Pharma Packaging Belgium. Toen werden zij voor de leeuwen gegooid om hun dossier persoonlijk te verdedigen.

De jurering voor de Leeuw van de Export gebeurt ieder jaar achter gesloten deuren. Wat die dag in onze vergaderzaal wordt besproken, blijft tussen die muren, ook na de bekendmaking van de winnaars. Ik wil hierbij toch een klein beetje uit de biecht klappen: het woord ‘fotofinish’ is toen vaak gevallen. Voor wie de genomineerden kent, kan dat geen grote verrassing zijn. Want stuk voor stuk zijn het exportkampioenen die allemaal in aanmerking komen om de titel Leeuw van de Export te dragen.

De uiteindelijke winnaars zijn het resultaat van een gemotiveerde stemronde van een uitgebreide jury. Dit jaar koos die voor technologiebedrijf HTMS in de categorie ‘Bedrijven met maximaal 49 medewerkers’ en voedingsproducent Agristo in de categorie ‘Bedrijven met 50 en meer medewerkers’. Van harte gefeliciteerd! Ook Brouwerij L. Huyghe, Vermeiren Princeps, Biobest en Datwyler Pharma Packaging Belgium wensen we proficiat en nog veel mooie exportsuccessen.

Op 17 september maakte Mark Andries, kabinetschef van Vlaams minister-president Geert Bourgeois, de winnaars van de Leeuw van de Export 2014 bekend in de Gentse Bijloke. Velen onder u waren erbij en weten ondertussen met welk inspirerend exportparcours zij die overwinning hebben binnengehaald. Geen nood als u er niet bij was, we stellen hen in deze Wereldwijs nog eens uitgebreid aan u voor.

Na de prijsuitreiking werd er op ons jaarlijkse netwerkevent druk bijgepraat, contact gelegd en plannen gemaakt. Deze fantastische avond voor exporteerend Vlaanderen hebben we vastgelegd in een reeks sprekende beelden, te bekijken verderop in dit nummer. Aan alle aanwezigen, bedankt voor uw komst, hopelijk mogen we u volgend jaar opnieuw verwelkomen!

Claire Tillekaerts
Gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade



Colofon

Wereldwijs is een uitgave van

Flanders Investment & Trade

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

Verantwoordelijke uitgever:

Claire Tillekaerts.

Eindredactie:

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

Hoofdreductie:

Dienst Marketing & Kennisbeheer
Flanders Investment & Trade.

Foto's: Bart Lasuy, Luk Monsaert, Ivan Versaer en Shutterstock

Lay-out en druk: Vanden Broele Productions

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

Wereldwijs wordt gratis verspreid onder bedrijven.

Wenst u een exemplaar?

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



Nichespeler HTMS grijpt Leeuw van de Export 2014

High Tech Metal Seals (HTMS) speelt in 's werelds eredivisie van de niche metalen afdichtingen. Meer zelfs, HTMS legt er de lat op eenzame hoogte. Van over de hele wereld eindigt de zoektocht naar de meest hoogwaardige en meest uitdagende metalen afdichtingen bij deze jonge, Mechelse kmo. Hun producten zitten onder meer verwerkt in de motoren van de Ariane-raket, in de Tokamak-reactor van het ITER-kernfusieproject en in het onderzoekslab van de deeltjesversneller van CERN. HTMS' indrukwekkende trackrecord levert hen nu de titel Leeuw van de Export 2014 op. Ontmoet onze gloednieuwe Leeuw van de Export in de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers'.

Toen Mark Andries, kabinetschef van Vlaams minister-president Geert Bourgeois, bekendmaakte dat HTMS de gelukige winnaar was, zag het publiek een duidelijk verraste Liesbeth Schwartz. Ze vond de andere genomineerden in hun categorie – Brouwerij L. Huyghe en Vermeiren Princeps – op zijn minst stevige concurrentie. Die bescheidenheid typeert het winnende bedrijf ten voeten uit.

\\ **Met de jaren is onze expertise zodanig gegroeid, dat we het zelfvertrouwen hebben gekweekt om in te gaan op een 'mission impossible'-verzoek.**

Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationale Handel bij FIT, sprak enkele dagen na de prijsuitreiking met Liesbeth Schwartz, medeoprichter en Quality Assurance & Key Account Manager van HTMS.

Op ieders lippen

Dirk Van Steerteghem: "Nogmaals gefeliciteerd met de Leeuw van de Export 2014. Hoe waren de reacties?"

Liesbeth Schwartz: "Hartverwarmend,

echt ongelooflijk! Collega's vertellen ons hoe trots ze zijn dat ze bij 'de Leeuw' werken. We krijgen felicitaties van klanten en onze Indiase collega's stuurden ons een dikke proficiat via een originele fotoshoot. Onze kinderen zijn door het dolle heen, burenspreken ons aan ... Door al die persaandacht krijgt HTMS een gezicht, gewoonlijk werken we eerder onder de radar."

De gele loper

Dirk Van Steerteghem: "Agristo, de gloednieuwe Leeuw bij de grote bedrijven, trakteert al zijn medewerkers op café op Delirium-bier. Hoe viert HTMS zijn overwinning?"

\\ **We werken vandaag mee aan de toepassingen van morgen.**

Liesbeth Schwartz: "Wij halen de barbecue boven om het onder collega's te vieren. Speciaal voor die gelegenheid laten we in het pand dat we hiernaast aan het bijbouwen zijn – dat is nu nog een ruw bouwskelet – een geel tapijt leggen met daarop het logo van de Leeuw uitvergroot. Zo blijven we in thema."

Meer gewicht in de schaal

Dirk Van Steerteghem: "HTMS was tot voor kort een nobele onbekende bij het grote publiek. Betekende die extra naam-bekendheid een reden om deel te nemen aan de Leeuw van de Export?"

Liesbeth Schwartz: "Dat speelde zeker mee. Het winnen is vooral een krachtig signaal dat we goed bezig zijn, en is bijgevolg een mooie pluim op de hoed van onze medewerkers. Ook voor onze klanten en leveranciers wereldwijd geeft deze prestigieuze titel HTMS extra gewicht, des te meer omdat de Vlaamse overheid deze wedstrijd organiseert. Het bevestigt onze betrouwbaarheid, naast onze vele kwalificaties en certificeringen. En in onze branche is vertrouwen essentieel."

Recht in onze kaart

Dirk Van Steerteghem: "In de niche van metalen afdichtingen is HTMS toonaangevend. Hoe zwaar weegt de concurrentie?"

Liesbeth Schwartz: "Over de hele wereld hebben we maar een handvol concurrenten, waarvan er slechts één mikt op dezelfde soort klanten als wij. Het is een groot Amerikaans bedrijf dat al veel langer bestaat dan wij en een wereldwijd verkoopnetwerk heeft. Toch beschouwen zij ons als de te duchten concurrent. Door hun omvang zijn ze een pak minder



— ID —

Bedrijf: HTMS

Sector: Advanced Manufacturing

Opgericht in: 1999

Aanwezig in: 26 landen, wereldwijd

Hoofdkwartier: Mechelen

Buitenlandse vestigingen: joint venture met Futom in het Indiase Pune

Aantal medewerkers: 34

Omzet in 2013: ruim 6,7 miljoen euro

% aandeel export in omzet 2013: 95%

Snecma Moteur, de motorenbouwer van de Ariane-raket en Airbus, riep HTMS in 2012 uit als beste leverancier (om de leveringsbetrouwbaarheid, kwaliteit en technische knowhow)

flexibel dan HTMS, waardoor ze langere leveringstermijnen hebben. Bovendien vertonen ze de afgelopen jaren nogal wat divagedrag, wat hun klanten afstoot en naar ons leidt. Al komen klanten uiteraard ook naar ons door de sterke referenties die we hebben opgebouwd, maar hun attitude speelt wel recht in onze kaart.”

Lord of the ring

Dirk Van Steerteghem: “Tijdens de prijsuitreiking ontbrak de tijd om dieper in te gaan op om de enorme complexiteit van jullie product. Wat maakt jullie metalen afdichtingen precies zo bijzonder?”

Liesbeth Schwartz: “Voor velen lijken het misschien gewone metalen ringen in verschillende formaten, maar onze afdichtingen zijn geen aan elkaar gelaste draden. Ze bestaan uit strip- of fijn buismateriaal, met een veer in de groef. Als je daar een vorm aan geeft, ontstaan er bepaalde spanningen. De afdichting krijgt vervolgens een zachte metallische laag en een specifieke warmtebehandeling. Binnenin zijn dus al veel spanningen actief, maar daarna moet het ook nog een ander, werkend systeem afdichten, waardoor langs alle kanten buitengewone druk wordt uitgeoefend. Onze producten zijn zo ontwikkeld dat ze dat aankunnen.

Ik zal het nog concreter maken: over een

tijdsspanne van tien jaar kan een conservenblik ongeveer één druppel lekken, wij slagen erin om onze lekdichtheid tien miljoen keer lager te maken. En dat is nodig. Onze producten worden namelijk gebruikt in buitengewoon extreme omstandigheden en onze klanten hantieren een uitzonderlijk kleine foutenmarge.”

“Door al die persaandacht krijgt HTMS een gezicht, gewoonlijk werken we eerder onder de radar.”

Onmogelijk? Niet voor HTMS

Dirk Van Steerteghem: “Klanten kloppen bij HTMS aan met uitdagingen, die volgens vakexperts onmogelijk zijn, en waarvoor jullie toch een oplossing weten te ontwikkelen. Waar halen jullie het zelfvertrouwen om te investeren in die onzekere zoektocht?”

Liesbeth Schwartz: “We voeren eerst een grondige risicoanalyse en enkele testen uit. We produceren met machines en tools die we zelf hebben ontwikkeld, wat ons zeer ervaren en flexibel maakt. Of we dan verder gaan, hangt af van de uitdaging en het potentieel om nadien de nieuwe

techniek ook in andere projecten toe te passen. Zo wilde een energiebedrijf een dichting in de vorm van een paardenzadel in de flenskoppeling van de ‘hot zone’ van zijn reactor. Geen van onze concurrenten durfde de uitdaging aan, maar dat maakte het voor ons net interessanter.

Met de jaren is onze expertise zodanig gegroeid, dat we het zelfvertrouwen hebben gekweekt om in te gaan op een ‘mission impossible’-verzoek. Je mag geen schrik hebben, anders moet je er niet aan beginnen. Ook hebben we onder tussen een uitstekende band met universiteiten, onderzoeksinstellingen en de research centers van klanten. We steken onze hoofden bij mekaar en komen vaak samen tot de oplossing.”

Indiase evenknie

Dirk Van Steerteghem: “Sinds 2011 heeft HTMS de joint venture HTMS-Futom in het Indiase Pune. Waarom India?”

Liesbeth Schwartz: “Nergens groeit de lucht- en ruimtevaartsector zo snel als in India. Bovendien telt het land veel uitstekende ingenieurs en is er flink wat technologie aanwezig. En, niet onbelangrijk: het klikte meteen met onze Indiase partner Futom, een jong koppel waar ik mezelf in herken. Ook zij leggen de lat bijzonder hoog. Doordat we dezelfde waarden en

visie delen, blijft onze bedrijfscultuur ook in India overeind.

Onze manier van werken stoelt op vertrouwen. We hebben met hen geen dik contract vol clausules opgesteld om onze producten te verdelen. Zij laten ons delen in hun grondige kennis van de lokale markt en cultuur, en leren er onze basisproducten maken. De technologie en complexe productie blijven hier in Mechelen.”

Wij maken vandaag de toekomst

Dirk Van Steerteghem: “HTMS kent jaarlijks een groeipercentage met dubbele cijfers. Wat kan mogelijk een rem betekenen?”

Liesbeth Schwartz: “Je kan je onmogelijk tegen alle mogelijke obstakels wapenen. Zo zal REACH – de registratie, evaluatie, autorisatie en beperking van chemische stoffen – invloed hebben op al onze klanten, maar de precieze impact kennen we nog niet. Nu door het conflict met Oekraïne een exportembargo geldt naar Rusland, een van de grote partners in het eerste kernfusieproject ITER, is het nog een vraagteken hoe groot de gevolgen zullen zijn. We kunnen alleen continu samen met onze klanten bekijken wat op til staat en oplossingen voorstellen.

Ook kunnen er nieuwe materialen of technologieën opduiken die metalen afdichtingen inferieur maken, maar daar hoeven we ons de eerste decennia geen zorgen over te maken. In de veeleisende sectoren waarin we actief zijn zoals lucht- en ruimtevaart, de offshore olie- en gasindustrie, energie en nucleaire onderzoekscentra, en de medische branche, gelden uiterst strenge regels. Elke productiefase wordt geregistreerd en minstens dertig jaar bewaard. Alles wat we doen, wordt

onderbouwd met kwalificatieprocessen. Onze materialen en technologie worden almaar performanter, het potentieel is nog lang niet uitgeput.

Bovendien werken we vandaag mee aan de toepassingen van morgen. Zo neemt kernfusie het over van kernsplitsing, boorplaten worden op de zeebodem geplaatst en het onderzoek naar antineutrino's zal de wetten van de fysica herschrijven. Dat biedt niet alleen perspectieven, het geeft ons de grootste voldoening.”

Een blijver

Dirk Van Steerteghem: “Zowat al die boeiende ontwikkelingen spelen zich op het internationale strijdtoneel af. Blijft HTMS in Vlaanderen?”

Liesbeth Schwartz: “Sowieso! Omdat onze producten zo technisch en specifiek zijn, kunnen we zelfs onze commerciële activiteiten niet uitbesteden, maar nemen onze eigen medewerkers dat in handen. Ons bedrijf is gebouwd op topkennis, dat verhuis je niet zomaar.”



HTMS

Nog meer inzicht in hoe HTMS internationaal koers vaart?

Lees ons vorige interview met HTMS in Wereldwijs mei 2010. U kan alle vorige edities digitaal lezen op www.flanderstrade.be.





Agristo: diepvriesfriet verovert de wereld

Twee miljard porties per jaar rollen van de band bij frietproducent Agristo. Het bedrijf uit Harelbeke is de grootste producent van diepgevroren aardappelspecialiteiten ter wereld. Filip Wallays en Jon Heylen blijven er vooral rustig onder, net zoals onder hun bekroning tot Leeuw van de Export 2014. “We gaan hier een Delirium op drinken in een cafeetje in de buurt.”

Sinds de overname van aardappelverwerker Willequet in 2011 – vandaag Agristo Nazareth – is Agristo met 2 miljard porties per jaar de grootste producent van ingevroren aardappelspecialiteiten wereldwijd. Het assortiment bestaat uit ruim 200 verschillende producten. 99% van het totale volume wordt naar 116 buitenlandse afzetmarkten verscheept. Maar ondanks deze indrukwekkende exportcijfers houdt de kersverse Leeuw van de Export vast aan zijn Vlaamse verankering. Salesdirector Filip Wallays en exportmanager Jon Heylen leggen Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationale Handel bij FIT, uit waarom.

\\ De bekroning is in de eerste plaats een enorme erkenning voor al onze medewerkers. Zij bijten zich elke dag opnieuw vast in het exportgebeuren."

Filip Wallays

Achter de schermen

Dirk Van Steerteghem: "Agristo mag zich een jaar lang Leeuw van de Export noemen. Wat betekent deze award voor jullie?"

Filip Wallays: "De bekroning is in de eerste plaats een enorme erkenning voor al onze medewerkers. Zij bijten zich elke dag opnieuw vast in het exportgebeuren, en daar is veel moed en doorzettingsvermogen voor nodig. Maar natuurlijk is deze award ook voor onze telers een mooie opsteker."

Jon Heylen: "De aardappelteelt en -verwerking staan niet zo vaak in de schijnwerpers. Veel spelers opereren achter de schermen omdat ze net als wij een privatelabelstrategie aanhouden. De Leeuw van de Export bewijst dat we toch toonaangevend zijn op wereldniveau. Wist je dat ons land de grootste uitvoerder van aardappelproducten ter wereld is?"

Verzadigde thuismarkt

Dirk Van Steerteghem: "Vanaf het prille begin was Agristo internationaal georiënteerd. Hoe komt dat?"

Filip Wallays: "Toen Antoon Wallays en

Luc Raes in 1985 Agristo oprichtten, was de binnenlandse markt eigenlijk al verzadigd. In de beginjaren was onze capaciteit ongeveer een twintigste van vandaag, maar we moesten toch zo'n 20.000 ton van de hand doen. In eerste instantie concentreerden we ons op de Franse retailmarkt. Enkele jaren later was het Verenigd Koninkrijk aan de beurt, daarna volgde een rist andere Europese landen. Vandaag is het VK onze grootste afzetmarkt. Om onze klanten nauwgezet op te volgen, openden we er enkele jaren geleden een verkoopkantoor."

Jon Heylen: "We evolueerden mee met de privatelabelmarkt en waren partner van het eerste uur van de grote internationale retailspelers. Zo tekende Agristo de eerste tien jaar van zijn bestaan een stabiele groei op binnen Europa."

Vampierentanden

Dirk Van Steerteghem: "Welke evolutie maakte de privatelabelmarkt door?"

Jon Heylen: "Terwijl private labels vroeger vooral prijsbrekers waren, gebruiken retailers ze vandaag om zichzelf een identiteit aan te meten en zich zo te onderscheiden van hun concurrenten. Als huismerkenproducent betekent dit dat we het verschil moeten maken met een superieur product en een breed gamma."

Filip Wallays: "Vroeger was innovatie het werk van de A-merken, private labels waren een prijzalternatief. Tegenwoordig willen onze klanten met de regelmaat van de klok iets nieuws introduceren in hun diepvriesrayon om klanten aan zich te binden. Voor een grote Britse supermarktketen creëerden we bijvoorbeeld hoelahoepen, ovensnacks met een aardappelvulling. En voor de kinderen liggen er zelfs vampierentanden in het diepvriesvak."

Perfecte match

Dirk Van Steerteghem: "Vandaag is ongeveer een derde van de productie bestemd voor buiten de Europese grenzen. Waarom maakten jullie de sprong naar die verre exportmarkten?"

Filip Wallays: "Binnen de mature Europese markten is de vraag naar diepvriesfriet en aardappelspecialiteiten zeer stabiel. Dus concentreren we ons voornamelijk op de continue vernieuwing van

ons assortiment en de juiste prijskwaliteitsverhouding. Buiten Europa daarentegen kreeg het diepvriessegment pas vanaf het einde van de jaren 90 een sterke boost. Onder meer de fastfoodketens zijn hiervoor verantwoordelijk. Zij slaagden erin om friet te introduceren in landen die geen aardappelcultuur kenden."

\\ Door te luisteren en te zoeken naar de perfecte match tussen ons product en de lokale behoeften, openden zich tal van nieuwe markten."

Jon Heylen

Jon Heylen: "Terwijl de focus binnen Europa op retail lag, moesten we het daarbuiten over een andere boeg gooien. In Amerika, bijvoorbeeld, wordt heel veel friet gegeten, maar niemand gaat daar zelf aan de slag met frituurolie en -ketel. Een herpositionering drong zich op en het heeft ons flink wat tijd gekost om die shift te maken. Tot we de klik maakten om onze eigen frietcultuur niet langer op te dringen. Door te luisteren en te zoeken naar de perfecte match tussen ons product en de lokale behoeften, openden zich tal van nieuwe markten."

Gezonde alternatieven

Dirk Van Steerteghem: "De producten aanpassen aan specifieke behoeften, hoe gaat dat concreet in zijn werk?"

Jon Heylen: "Ons vijfhoekige onderzoeksteam brengt de voorkeuren van markt of klant in kaart en bedenkt nieuwe smaken, texturen of vormen. Maar ook op het vlak van verpakking of bereidingswijze verschillen de voorkeuren sterk. Zo bereiden de Britten hun frieten in de oven. Bij ons is de ovenfriet minder populair."

Filip Wallays: "Onze ontwikkelaars zoeken ook naar gezonde alternatieven, frieten die minder dan 2% vet bevatten bijvoorbeeld. Diepgevroren aardappelproducten mogen op het eerste gezicht een vrij traditioneel product lijken, er is nog veel ruimte voor vernieuwing."



—ID—

Bedrijf:

Groep Agristo – Agristo NV

Sector: aardappelverwerking

Opgericht in: 1985

Omzet 2013: 242 miljoen euro

% van omzet 2013 gerealiseerd in het buitenland: 99%

Aantal medewerkers: 373

Aanwezig in: 116 landen



Partnernetwerk

Dirk Van Steerteghem: “Hoe gaan jullie te werk om nieuwe markten aan te boren?”

Jon Heylen: “We analyseren de doelmarkt en speuren naar betrouwbare partners. Vaak zijn dat producenten of verdelers van een ander voedingsproduct die friet en aardappelspecialiteiten willen opnemen in hun gamma. Zo sloten we in India recent een deal met een lokale scampi-producent. Omdat onze producten worden verdeeld onder de vlag van onze distributeur, bepaalt onze partnerkeuze het succes in een specifieke exportmarkt.”

Filip Wallays: “Vaak kloppen lokale distributeurs bij ons aan, via ons bestaande partnernetwerk of simpelweg omdat er wereldwijd maar weinig producenten van diepgevroren aardappelproducten zijn. Maar zelfs wanneer we worden gevraagd, maken we ons huiswerk. Soms moeten we het aanbod afslaan en toch zelf op zoek gaan naar een geschiktere partner.”

Lange inlooptijd

Dirk Van Steerteghem: “Zijn er ook markten waar Agristo moeilijk voet aan de grond krijgt?”

Jon Heylen: “De Chinese markt is een lastige. Niet alleen worden we er geconfronteerd met moeizame communicatie en een vreemde zakencultuur, ook de culinaire traditie staat ver van ons af. Het gevolg is een langere inlooptijd. In Japan duurde het dan weer een tijd voor we een geschikte partner vonden.

Filip Wallays: “Ook Chili kende een moeilijke opstart. Daar hebben we ons succes te danken aan de introductie van een kwa-

litatief hoogstaandere friet dan de Chilenen tot dan toe gewoon waren.”

Koudeketen

Dirk Van Steerteghem: “Worden jullie soms geconfronteerd met praktische issues bij het vershippen van diepvriesproducten naar die verre markten?”

Filip Wallays: “Diepvries transporteert makkelijker dan vers. Overal ter wereld is de koudeketen goed ontwikkeld. Bovendien liggen veel grote verbruikscentra aan de kust, waardoor we ze rechtstreeks per boot kunnen bevoorraden. Onze productie in Tilburg beschikt over een eigen

containerterminal, zodat we de logistieke ketting optimaal kunnen organiseren.”

Jon Heylen: “Het grote voordeel is dat friet een volumeproduct is. Wij vershippen volle containers, waardoor een lading naar Australië transporteren soms goedkoper uitvalt dan een vrachtwagen de weg op sturen richting Spanje of Portugal. Bovendien nemen distributeurs er in hun transport graag friet bij om hun eigen logistiek te optimaliseren. Moet je enkele dozen kreeft naar een restaurant vervoeren, dan kan je er evengoed een volumeproduct als friet bijnemen om de kosten te drukken.”



Met een aantal havens binnen handbereik is deze regio interessant vanuit logistiek oogpunt. Maar ook door ons basisproduct, de aardappel, blijven we hier verankerd."

Filip Wallays

100 kilometer

Dirk Van Steerteghem: "Agristo is een wereldspeler, blijven jullie vanuit Vlaanderen opereren?"

Filip Wallays: "Met een aantal havens binnen handbereik is deze regio interessant vanuit logistiek oogpunt. Maar ook door ons basisproduct, de aardappel, blijven we hier verankerd. Nergens ter wereld heb je hetzelfde ideale samenspel van klimatologische omstandigheden en bodemsamenstelling. Bijgevolg is er nergens anders zo veel vakkennis en efficiëntie aanwezig bij de telers. Al onze

aardappelen komen van velden binnen een straal van 100 kilometer rond onze productievestigingen."

Generatiewissel

Dirk Van Steerteghem: "Jullie benadrukken heel sterk het familiale karakter van Agristo. Waarom is dat zo belangrijk?"

Filip Wallays: "In 2011 nam de tweede generatie de fakkel over, een mijlpaal in de geschiedenis van Agristo. Vandaag bestaat het directiecomité uit de vijf kinderen van de twee stichtende families en een CEO, Dirk Decoster. Met de generatiewissel toonden we onze medewerkers dat we de activiteiten binnen dezelfde filosofie van eenvoud, respect en gedrevenheid zouden voortzetten en dat de toekomst verzekerd was. Bovendien bouw je makkelijker een vertrouwensband op met andere familiebedrijven, waar ook ter wereld."

Cafeetje in de buurt

Dirk Van Steerteghem: "Agristo is in 116 buitenlandse afzetmarkten actief, is er

nog ruimte voor groei?"

Jon Heylen: "In Europa en de VS, onze mature markten, blijven we inzetten op een verdere differentiatie van ons assortiment. Buiten Europa en de VS is de markt van diepgevroren aardappelbereidingen nog in volle expansie. Vandaag boeken we onze eerste successen in Japan en China, dus er is nog veel plaats in de wereld voor friet."

Filip Wallays: "Maar nu gaan we eerst een Delirium drinken op onze Leeuw van de Export, zoals ik tijdens de uitreiking heb beloofd. Daarna houden we ons weer koest en werken we gewoon voort."

Klaar voor de volgende stap in uw internationaliseringsproces?

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



Qatar

schakelt nog versnelling hoger
“Kom nu, anders mis je de boot!”

Een time-lapse van Qatar over de voorbije zeven decennia zou menigeeen versted doon staan. Van een dunbevolkt gebied in de woestijn veranderde het Arabische schiereiland in sneltempo naar een bloeiende wereldeconomie. De export van aardolie en gas bracht de Qatarezen gigantische rijkdom. Vandaag beschikken zij over de grootste koopkracht per capita ter wereld. Erg welvarende burgers dus, en met specifieke wensen.

Om meer te zijn dan 'een van de grootste olie- en gasproducerende landen', kiest Qatar voor een diversificatie van zijn economie. Maar om dat te realiseren, zijn buitenlandse expertise en knowhow nodig, beseft de Qatarese overheid. De uitdagingen zijn groot, maar de opportuniteiten nog groter. Charlotte Struye, waarnemend posthoofd van FIT-Qatar, speurt die lokale zakenkansen op. Ze ondersteunt, begeleidt en adviseert ter plaatse Vlaamse bedrijven om die mogelijkheden om te zetten in concrete contracten.

Geen rem op de groei in zicht

Charlotte Struye: "Tussen 2008 en 2012 was Qatar de snelst groeiende economie ter wereld. Doordat de Europese economie stagneerde, halveerde de Qatarese groei de afgelopen jaren tot iets boven 6%. Ook dit en volgende jaren schommelt de groeiverwachting rond de 6%. Dat zijn nog altijd mooie cijfers.

Dat de limiet nog lang niet is bereikt, staat buiten kijf. In vergelijking met andere landen in de regio, zoals de Verenigde Arabische Emiraten, is er nog werk aan de winkel. De komende jaren moeten de Qatarezen tonen wat ze in huis hebben en willen realiseren. Het land is gastheer van het WK Voetbal 2022, waardoor zowat de hele wereld zijn ogen zal richten op hen. Om alles van een leien dakje te laten verlopen, staat Qatar nog heel wat te gebeu-

ren op het vlak van infrastructuur. Ook cultureel gezien zal het Wereldkampioenschap nog wat aanpassingen vragen.

Qatar is een erg ambitieus land en dat siert hen, vind ik. Ze pakken die groei goed aan en verkiezen kwalitatieve langetermijnoplossingen boven de snelle resultaten. Bewonderenswaardig in een *boomend* land waar alles zeer vlug moet gaan."

Rijkdom werkt als een magneet

Charlotte Struye: "Qatarezen hebben natuurlijk ook de middelen om te kiezen voor kwaliteit, waar meestal een navenant prijskaartje aan vasthangt. Door hun gas- en olieactiviteiten staan ze financieel enorm sterk. In Qatar gelden weinig tot geen belastingen, waardoor expats en bedrijven uitstekend worden vergoed voor hun diensten en producten. Met als gevolg dat zowat de hele wereld zijn pijlen richt op Qatar en de concurrentie moordend is.

Maar de vraag naar exclusieve nicheproducten en de beste knowhow is groot. En goed nieuws voor onze Vlaamse ondernemingen: Qatarezen beseffen dat die knowhow eigenlijk hun belangrijkste importproduct is. Vlaanderen barst van de topkennis en die zit hoofdzakelijk in de mensen vevat, dus ongeacht de grootte van het bedrijf maken Vlaamse ondernemers een reële kans op een plek op

de Qatarese markt. De mix van Vlaamse bedrijven die hier al aanwezig is, bevestigt dat."

Knowhow nodig in waaier van sectoren

Charlotte Struye: "Omdat het zo'n snelgroeiende economie is, bieden zeer veel sectoren kansen. Openbaar vervoer, bijvoorbeeld, staat nog in de kinderschoenen. Voor infrastructuur en bouw zijn de mogelijkheden legio. In het kader van de Visie Qatar 2030 worden wegen, een metronetwerk en havens uitgebouwd. De overheid trekt hiervoor in totaal 180 miljard dollar uit.

Ook voor alles wat met energie en leefmilieu te maken heeft, is Qatar haast nog een blank canvas. Welvaartsziekten zoals diabetes en overgewicht komen almaar vaker voor. Bedrijven uit de gezondheidssector en voeding – alle voeding moet halal zijn – kunnen dat probleem indijken. Olie en gas is hier uiteraard de dominante industrie, en ook daar is er een mooie rol weggelegd voor buitenlandse spelers.

Consumentengoederen, vooral van exclusieve topkwaliteit, vinden in Qatar een enthousiaste afzetmarkt. Veel Qatarezen hebben in het Westen gestudeerd of gereisd en kennen onze producten. Bovendien vragen de vele expats, die in aantal zelfs de Qatarezen overtreffen,

Professionele etiketteregels in Qatar

- Toon respect voor de lokale tradities en gewoontes.
- Ook niet-moslimvrouwen houden best schouders en knieën bedekt.
- Mannen schudden alleen Qatarese vrouwen de hand als zij de hand aanreikt. Bij twijfel legt u best uw rechterhand op uw hart en knikt u beleefd.
- Gebruik nooit uw linkerhand om iets aan te geven of aan te nemen, dat is de 'onreine hand'.
- De dresscode is business, ook al zijn maatpak en stropdas weinig comfortabel als de temperatuur oploopt tot 50°C.

Mathias Timperman, Sales Manager EMA bij modulyss

“Voor het pijlsnel groeiende Qatar was een aparte lokale partner nodig”

modulyss, producent van tapijttegels voor de contractmarkt met focus op kwaliteit en ecologie, is al jaren actief in Qatar. Sales Manager MEA Mathias Timperman vertelt meer over deze beloftevolle markt.

“Door het innovatieve karakter van modulyss en de producten, merkten we dat de vraag naar onze producten internationaal almaar toenam en moesten we verder investeren in onze internationale aanwezigheid. In het Midden-Oosten waren we actief vanuit Dubai, maar omdat de Qatarese markt in zo'n sneltempo groeide, hebben we een lokale partner in de arm genomen. Die hebben we gevonden via ons al bestaande netwerk ter plaatse.”

Naam maken

“De mogelijkheden voor modulyss zijn enorm in Qatar. Niet alleen in sportinfrastructuur, maar ook in kantoren, scholen, hotels, bedrijven, noem maar op. Architecten en interieurdesigners kiezen voor kwalitatief hoogstaande producten en verwelkomen ons graag.

Zo vind je onze producten in de kantoren van het prestigieuze Al Wakrah-stadion, het sportstadion ontworpen door Zaha Hadid. Als referentie kan dat tellen. In Qatar is dat erg belangrijk om nieuwe klanten aan te trekken, maar ook bij banken opent zo iets deuren. Ik hoop oprecht dat het gastheerschap van het WK Voetbal 2022 in Qatar blijft, anders zou de groei er wel een versnelling lager kunnen schakelen.”

Geduld is een schone deugd

“Qatar is niet de makkelijkste omgeving om in te werken. Doordat de infrastructuur de economische groei nog niet kon bijbenen, zijn files alomtegenwoordig. Het is natuurlijk complex om zo'n groot aantal inwoners in goede banen te leiden op een erg beperkte oppervlakte. Zowat alle bedrijvigheid is geconcentreerd rond de hoofdstad Doha. Tijd verliezen, is iets waar je hoe dan ook mee te maken krijgt. Dat is soms moeilijk te managen voor ons, westerse ondernemers, voor wie 'time' 'money' is. Maar je geduld verliezen, heeft in Qatar niet veel zin. Verplaats je liever in de Ara-

bische leefwereld waar 'insjallah' aan de orde is. Als het Allah belieft, zal het gebeuren. Het komt zoals het komt.

Ook om een goede relatie met een Qatarees op te bouwen, moet je geduld hebben. Wees daarbij nederig, maar blijf jezelf. Zodra je zijn vertrouwen hebt gewonnen, heb je dat voor het leven. En dan overstijgt die band het professionele.

Dat geduld is ook nodig in jouw beslissingsproces. Neem je tijd. Zo durven Qatarezen vaak meteen exclusiviteit eisen. Een belangrijke beslissing die je beter goed overweegt voor je ermee instemt. Uit een vorige werkervaring in Qatar heb ik geleerd dat er velen zijn die beweren dat ze de Qatarese markt kennen en je, voor een aardig bedrag uiteraard, zullen helpen die te veroveren. Geloof hen niet blindelings, maar kom zelf ontdekken hoe de markt eruit ziet. En doe een beroep op de gratis dienstverlening van FIT, ik ben geregeld onder de indruk van wat zij in hun mars hebben.”

naar een grote en internationale waaier van goederen. En met het WK Voetbal 2022 in het vooruitzicht, is de sportindustrie stevig in trek. In al deze branches scoren we hoog in Vlaanderen, dus over gebrek aan potentieel hoeven we ons geen zorgen te maken. De kunst is om jezelf te onderscheiden.”

Met open armen

Charlotte Struye: “Boven de rest uitsteken, kan je bijvoorbeeld met een sterke marketing en uitstekende referenties. Om jezelf de markt in te prijzen, is het belangrijk dat je geregeld naar hier afreist en bouwt aan een netwerk. Dat zal tijd en geduld vergen, maar weet dat je hier een warme ontvangst wacht. Qatarezen staan open voor andere culturen, zolang je ook hun tradities en gewoontes respecteert.”

Lokale kracht

Charlotte Struye: “Hoewel de Qatarese overheid openstaat voor buitenlandse investeringen en de ondernemerscultuur duidelijk aanwezig is en gestimuleerd wordt, scoort het land van alle Golfstaten – op Koeweit na – het minst goed op de lijst 'Ease of doing business' van de Wereldbank. De vele en langdurige administratieve processen, weinig transparantie in de regelgeving en het niet altijd respecteren van betalingstermijnen bij contractuele verplichtingen, duwen Qatar naar beneden op deze ranking.

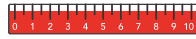
De overheid is vervlochten met de Qatarese economie. Dat komt deels doordat de lokale bevolking uit grote families bestaat, wiens namen je overal terugvindt.

In een raad van bestuur, bijvoorbeeld, of als partner in een buitenlands bedrijf. Wanneer je als buitenlandse ondernemer hier een zaak opstart, moet een Qatarees namelijk voor minstens 51% eigenaar zijn. Het is dus niet alleen vaak een noodzaak om met een lokale partner in zee te gaan, het maakt het zakendoen ook opmerkelijk aangenamer en vlotter, omdat hij die bureaucratie en regels gewend is.”

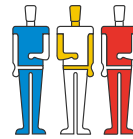
Stevige introductie

Charlotte Struye: “Netwerken is het codewoord in Qatar. Om Vlaamse ondernemers daarbij te helpen, ben ik er. Ook de prinselijke missie in maart volgend jaar is de gelegenheid bij uitstek om de juiste contacten te leggen. Dit is hét moment voor wie nog op tijd op deze daverende trein wil springen.”

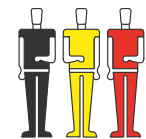
Factsheet Qatar



OPPERVLAKTE
11.607 KM²



AANTAL INWONERS
2.168.673 [2013]



AANTAL BELGEN
ingeschreven in Doha: 418 (juli 2013)



OFFICIËLE TAAL
ARABISCH

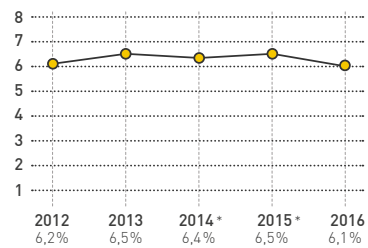


MUNTEENHEID
RIAL
1 EUR = 4,85 QAR
(12/09/2014)



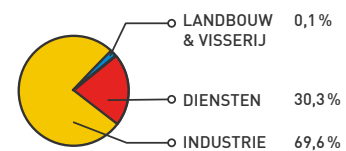
Qatar is de grootste uitvoerder van vloeibaar gas (LNG) ter wereld.

Evolutie van het bbp (2012-2016)



*prognose

Aandeel economische sectoren in bbp (2013)



Meer weten over zakendoen in Qatar?

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

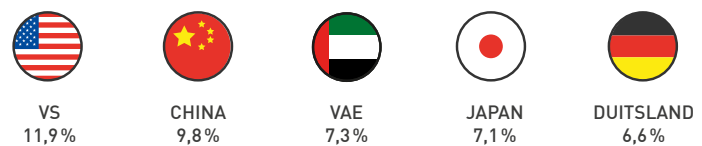
FIT-acties Qatar

- **Van 2 tot 11 december 2014** komen onze vertegenwoordigers uit het Midden-Oosten naar Vlaanderen voor de Contactdagen. Maak gebruik van deze unieke kans om hen te ontmoeten in uw buurt. U kan dan tijdens een persoonlijk gesprek uw exportkansen aftoetsen.
- **Van 21 tot 27 maart 2015** staat een prinselijke missie naar Qatar en de Verenigde Arabische Emiraten gepland. Het inschrijvingsformulier en meer informatie vindt u op www.flanderstrade.be.

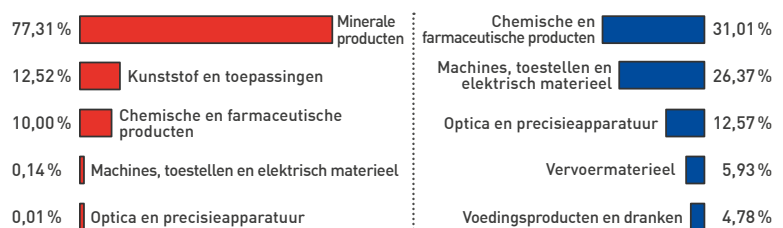
Belangrijkste exportbestemmingen (2013)



Belangrijkste leveranciers (2013)



Vlaamse export naar Qatar: € 135,5 miljoen (2013)



Vlaamse import uit Qatar: € 1,29 miljard (2013)



Zo zag de Leeuw van de Export 2014 eruit

Op 17 september 2014 zat de Gentse Bijloke afgeladen vol, nogmaals een bewijs dat export leeft in Vlaanderen. Inzet van de avond: wie mag een jaar lang de titel Leeuw van de Export dragen? Aanvankelijk zou Vlaams minister-president Geert Bourgeois de winnaars bekendmaken, maar daar staken de begrotingsbesprekingen een stokje voor. Zijn kabinetschef, Mark Andries, nam de honneurs waar. HTMS kaapte de hoofdprijs weg in de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers', Agristo in de categorie 'Bedrijven met 50 of meer medewerkers'. Proficiat! Op ons jaarlijkse netwerk-event nadien was export uiteraard hét gespreksonderwerp van de avond. Kijk gerust mee ...















Markt- informatie

Geregeld bundelen onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) de lokale zakenopportuniteiten in overzichtelijke marktstudies. Die kan u allemaal lezen en downloaden op www.flanderstrade.be, onder de rubriek 'Marktinformatie'.

Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

Chemistry industry in Croatia

De chemische en farmaceutische industrie, alsook de verwerking van kunststoffen en rubber zijn traditionele motoren van de Kroatische economie. Twee wereldberoemde wetenschappers ontvingen al de Nobelprijs voor scheikunde. De goed opgeleide en ervaren beroepsbevolking geeft Kroatië een comparatief voordeel in de chemische industrie. In deze studie verneemt u hier meer over en krijgt u een lijst met firma's actief in deze sector.

De markt voor parafarmacie en OTC-producten in Frankrijk

De Franse markt voor parafarmacie en OTC-producten (medicijnen zonder voorschrijf) wordt geschat op respectievelijk 7 miljard euro en 2,12 miljard euro. Deze studie geeft een overzicht van de verschillende distributiekanaalen. Ook wetgeving en reglementering komen aan bod. Het segment voedingssupplementen, in Frankrijk goed voor 1,35 miljard euro, krijgt een apart hoofdstuk.

Voeding & dranken in Thailand

Ondanks de huidige politieke instabiliteit blijft de Thaise markt groeien en biedt ze interessante perspectieven in de voedings- en drankenindustrie. U krijgt een overzicht van de trends, meer informatie over de belangrijkste spelers, invoerformaliteiten enzovoort.

Handleiding voor het oprichten van een firma in Californië

Een bedrijf starten in Californië? Ontdek in deze handleiding meer over ondernemingsvormen, belastingen, tewerkstelling en personeelsbeleid, visa, kantoorruimte zoeken, social security number, bankrekeningen openen en burgerlijke aansprakelijkheid. De contactgegevens van relevante dienstverleners vindt u hier ook.

Venture capital in California

Op zoek naar venture capital in Californië? Doe uw voordeel met de tips in deze studie. Voorts staan er ook contacten in van instanties en personen die u verder op weg kunnen helpen.

De biologische voedingssector in Duitsland

In 2013 gaven Duitse huishoudens 7,2% meer uit aan biovoedingsproducten dan het jaar voordien. Met deze uitgebreide studie en actuele schets willen we Vlaamse producenten grondig voorbereiden op export naar de Duitse biomarkt.

Top 75 van de detailhandel in Duitsland

De Top 75 van de Duitse detailhandel beantwoordt vaak gestelde vragen zoals: hoe ziet de marktsituatie eruit? Hoe is de distributie gestructureerd? Wat zijn de trends voor levensmiddelen? En is er een potentieel voor de Vlaamse exporteur?

A snapshot of the bakery industry in South Korea

De wereldwijde bakkerij-industrie groeide sterk de voorbije jaren. Deze sector wordt gestuwd door gemak, betaalbaarheid en lekkere producten, maar eveneens door gezondheidsaspecten. Ook in Zuid-Korea. Dit korte overzicht informeert u over trends en de belangrijkste spelers, en geeft tips over de ideale marktintrede.

Horeca sector in Croatia

Binnen Europa en wereldwijd wil Kroatië zich positioneren als een kwalitatief hoogwaardige toeristische bestemming aan de Middellandse Zee. Daarom is het belangrijk dat toerisme-gerelateerde sectoren goed ontwikkeld zijn. Deze studie belicht de horeca.

Groentesector in Japan

7 augustus 2014: Rusland kondigt sancties aan die in de Vlaamse agrovoedingssector bijzonder hard aankomen. Onmiddellijk rees de vraag naar alternatieve markten. Japan, bijvoorbeeld. FIT staat klaar om u daarbij te ondersteunen. Deze studie over de export van groenten is een eerste stap.

Intussen ...

Clear2Pay komt voor 375 miljoen euro in handen van FIS, de grootste leverancier van bank- en betalingstoepassingen ter wereld. In 2011 werd de ontwikkelaar van betalingstoepassingen genomineerd voor de Leeuw van de Export.

Staalreus **ArcelorMittal** gaat vanaf 2015 zijn nieuwe stevigere staalproducten voor de autosector in zijn vestingen in Gent en Luik produceren. Door het nieuwe staal worden auto-onderdelen tot 20% lichter. Dat is niet alleen goed nieuws voor de CO₂-uitstoot, maar ook voor de veiligheid. Bij een crash absorbeert het nieuwe staal namelijk meer energie.

Het Gentse biofarmabedrijf **Ablynx** gaat nog nauwer samenwerken met zijn Chinese sectorgenoot Eddingpharm. De Chinezen zullen een tweede molecule van Ablynx ontwikkelen en commercialiseren voor de Chinese markt.

Vinçotte won het contract voor de integriteitscontrole van de Wheatstone LNG-installatie in West-Australië. Daarbij wordt natuurlijk gas opgeslagen en omgezet naar vloeibaar gas of LNG, en vervoerd naar de rest van de wereld. Vinçotte gaat er in West-Australië alle lasverbindingen en staalconstructies controleren. Vele andere internationale bedrijven met een lokale vestiging waren in de running, maar er werd gekozen voor de uitgebreide ervaring van Vinçotte met het testen van LNG-installaties.

Het Deense retailconcept **Flying Tiger** wil de komende vijf jaar twintig winkels openen in ons land, nog geen jaar na de eerste opening in het Wijnegem Shopping Center. In augustus was Gent aan de beurt.

Hasseltse start-up **Qompium** is geselecteerd voor het acceleratorprogramma van Bayer. De Duitse farmareus stelt vier maanden middelen beschikbaar om een eerste product uit te werken. Qompium werkt aan de ontwikkeling van de app Cardimoni, die hartritmestoornissen helpt diagnosticeren.

De West-Vlaamse producent van pvc raamprofielen **Deceuninck** neemt Pimas over en wordt zo marktleider in Turkije. Deceuninck kocht voor 20 miljoen euro een belang van 81% in Pimas, en deed ook een overnamebod op de resterende aandelen. Dat Turkije een focusmarkt is, bewijst de beslissing eerder dit jaar om 20 miljoen euro te investeren in een nieuwe fabriek in Izmir.

Elvire, de papiermachine van **Stora Enso** Langerbrugge is de grootste, snelste en meest efficiënte ter wereld. Jaarlijks produceert ze 400.000 ton krantenpapier. Stora Enso is een papierverwerkingsbedrijf met hoofdkantoren in Finland en Zweden, maar koos voor Gent omwille van zijn centrale ligging. Zo kunnen ze alle belangrijke West-Europese landen bedienen én oud papier snel terugkrijgen om te recycleren.

35

35 hectare groot wordt het 'Eiland Zwijnaarde', een site voor kennis- en logistieke bedrijven. Op termijn wordt dit de werkplek voor ongeveer 2.000 medewerkers. De Universiteit Gent, het VIB en projectontwikkelaar Alinso stellen selectiecriteria op voor geïnteresseerde kandidaten.





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.

VK en Ierland

8 tot en met 15 oktober 2014

Gent, Mechelen, Leuven, Brugge en Hasselt

INSCHRIJVEN? Tot 13 oktober 2014 op www.flanderstrade.be

CONTACT-
DAGEN

Pilot Share Fair Aberdeen

5 november 2014

Wat? Op deze eendaagse olie- en gasconferentie komen beslissingnemers uit de industrie jaarlijks bijeen om te netwerken en nieuwe trends te bespreken.

INSCHRIJVEN? Tot 30 oktober 2014 op www.flanderstrade.be

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

CATALOGOOG-
STAND



Mobile World Congress Barcelona

2 tot en met 5 maart 2015

Wat? Mobile World Congress is de vakbeurs wereldwijd voor mobiele telecommunicatie. Onze deelname is een gezamenlijke actie met AWEX en Brussel Invest & Export. Meer dan 55.000 belangstellenden bezochten de vorige editie.

INSCHRIJVEN? Tot 15 oktober 2014 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Kurt Vleminckx op 02 504 88 03 of
kurt.vleminckx@fitagency.be

PSB-
STAND

Budma Poznan

10-13 maart 2015

Wat? Op Budma, veruit het belangrijkste event voor de bloeiende Poolse bouwsector, ontmoet u alle spelers en ontdekt u de nieuwste ontwikkelingen. Reserveer uw plek op onze groepsstand, die FIT organiseert in samenwerking met AWEX.

INSCHRIJVEN? Tot 15 oktober 2014 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Katty De Vos op 02 504 87 14
of katty.devos@fitagency.be

GROEPS-
STAND

Bouw – Tsjechië

24 tot en met 26 november 2014

Wat? Neem deel aan onze groepszakenreis gericht op isolatiebouwmaterialen en ontdek nieuwe opportuniteiten in de Tsjechische markt.

INSCHRIJVEN? Tot 20 oktober 2014 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Bart Van den Bossche op 02 504 87 09 of bart.vandenbossche@fitagency.be

Multisectoraal – Turkije

1 tot en met 6 december 2014

Wat? Een grote afzetmarkt (76 miljoen inwoners), een economie in vorm en een strategische ligging: Turkije is een belangrijke speler en biedt vele troeven voor Vlaamse bedrijven.

Bovendien fungeert Turkije als brug naar de landen rondom de Zwarte Zee en naar de Centraal-Aziatische republieken, samen goed voor zo'n 300 miljoen consumenten. Ook de Turkse handel met het Midden-Oosten en Afrika neemt gevoelig toe.

INSCHRIJVEN? Tot 13 oktober 2014 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Karine De Vleeschouwer op 02 504 87 37 of karine.devleeschouwer@fitagency.be

Multisectoraal Egypte

25 tot en met 28 november 2014

Wat? Egypte heeft turbulente jaren achter de rug. Maar ook in deze transitieperiode zijn er economische opportuniteiten. Bovendien blijft Egypte een belangrijke en invloedrijke markt met een enorm potentieel, dankzij haar omvang en strategische ligging. Neem deel en leg waardevolle contacten tijdens deze groepszakenreis.

INSCHRIJVEN? Tot 15 oktober 2014 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Evelien Staelens op 02 504 88 48 of evelien.staelens@fitagency.be

Zakenconventie Aéro mart Toulouse

2 tot en met 4 november 2014

Wat? De internationale ontmoetingsbeurs Aéro mart is een niet te missen evenement voor alle bedrijven actief in de lucht- en ruimtevaartsector. De tweejaarlijkse zakenconventie Aéro mart organiseert workshops en b2b-afspraken.

INSCHRIJVEN? Tot 10 oktober 2014 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Barbara Tieleman op 02 504 88 87 of barbara.tieleman@fitagency.be

GROEPS-
ZAKEN-
REIZEN

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

Antwerpen > 03 260 87 22
antwerpen@fitagency.be

Limburg > 011 29 20 80
limburg@fitagency.be

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

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

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

STAP

9

Zelf een nieuw exportpad bewandelen? Of een lokale agent vooruitsturen?

Bij duurzaam internationaal ondernemen komt heel wat kijken. Door uw vertrouwde werkmethode klakkeloos te kopiëren in het buitenland, beperkt u zelf uw kansen. Wil u wel optimaal gewapend zijn om die vreemde markten aan te pakken, doe dan uw voordeel met onze tien slimme stappen voor internationaal ondernemen. Vorige keer bespraken we de perfecte deelname aan een internationale vakbeurs, dit keer bespreken we de voor- en nadelen van mogelijke exportkanalen.

Wanneer u een nieuwe markt betreedt, bestaat de kans dat u de plaatselijke bedrijfscultuur nog niet tot in de puntjes beheerst. Een tussenschakel in de vorm van een lokale vertegenwoordiger kan dan een oplossing bieden. Daar bestaan verschillende gradaties in. Veel hangt af van uw product, uw doelmarkt, uw exportervaring enzovoort.

Speuren naar klanten

Een handelsvertegenwoordiger speurt voor u de markt af in vaste loondienst. Is de markt te klein om de kosten van een werknemer te dekken, dan kan u werken met een handelsagent: meestal werkt die zelfstandig en op commissie. Nog een mogelijkheid is om uw producten te verkopen aan een distributeur, die vervolgens op eigen risico op zoek gaat naar klanten.

De grote middelen

Waarborgt uw doelmarkt een aanzienlijke en constante verkoop over een langere periode? Dan biedt de oprichting van een eigen verkoopkantoor tal van extra voordelen. Zo verschaft uw lokale aanwezig-

heid u beter inzicht in de behoeften van uw klanten.

Complementaire partner

U kan ook beslissen om de krachten te bundelen met een ander bedrijf, gaande van een partnerschap tot een volledige overname. Een dergelijke strategische samenwerking biedt u de kans om snel een belangrijke positie in te nemen in een buitenlandse markt of die te verstevigen, of uw activiteiten of klantenportefeuille uit te breiden. Eventuele bijkomende voordelen van een krachtenbundeling: een hogere performantie en lagere kosten, spreiding (of juist focus) van uw bedrijfsactiviteiten.

Laat uw ideeën renderen

Nog een mogelijkheid is dat u niet uw producten lanceert, maar wel uw patenten, octrooien of merken. Met een licentieovereenkomst verstrekt u een lokale licentienemer het gebruiksrecht op uw intellectuele eigendomsrecht. U bepaalt zelf het territoriale gebied waarbinnen de licentie geldt, of u de licentie al dan niet exclusief verleent, de termijn, tegen welke vergoe-

ding ... Het grote voordeel hier is dat u, zonder investeringen te doen, extra winst haalt uit uw octrooi.

Nog een laatste tip

Zodra u weet wat u precies van uw buitenlandse partner verwacht, kan u actief naar hem op zoek gaan. Daarbij gaat u best zeer grondig en kieskeurig te werk. Het is immers belangrijk dat u uw partner volledig kan vertrouwen én dat hij helemaal past in uw exportplannen.

Meer tips voor een juiste marktbenadering?

In onze gids '101 veelgestelde vragen over internationaal ondernemen' gaan we dieper in op alle mogelijkheden. U kan dit handige boekje downloaden op www.flanderstrade.be in de rubriek Publicaties. Uiteraard kan u ook onze hulp invoeren. Neem daarvoor contact op met ons provinciaal kantoor in uw buurt. Op onze website vindt u hun gegevens.



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