

Magazine voor internationaal ondernemen

wereld wijs

67
09\2014



Cloud Nine baant zich een weg in de internationale automobielbranche

Democratische Republiek Congo: zakenkansen in het hart van Afrika

04



In gesprek met **Cloud Nine**

Democratische Republiek Congo:
zakenkansen in het hart van Afrika



**Kom naar de
prijsuitreiking
van de Leeuw
van de Export!** 20



en verder ...

3 Edito \ **8** Marktinformatie \ **10** Intussen ... \ **15** Eerste hulp bij het opstellen van uw **exportplan**
\ **16** Vlaamse dienstverlening in de internationale arena \ **21** Kalender \ **23** Tien slimme stappen
voor internationaal ondernemen → Stap 8: maak van uw beursdeelname een succes

“Leeuwen én welpen plukken de vruchten van internationaal ondernemen”

Beste lezer,

De dertiende editie van onze Leeuw van de Export komt met rasse schreden dichterbij. Op 17 september bekronen we niet alleen Vlaamse ondernemingen met ijzersterke exportresultaten, maar zetten we ook de export zelf – een drijvende kracht achter onze economie – in de schijnwerpers.

Voorlopig is het nog even afwachten wie van de zes genomineerden – drie grote en drie kleine ondernemingen – met de felbegeerde prijs aan de haal gaat. Maar in beide categorieën breekt alvast een pittige strijd uit. Het belooft een spannende ontknopning te worden.

Maar zij zijn zeker niet de enigen die de vruchten van internationaal ondernemen plukken. Ook voor ondernemers met bescheidenere exportambities liggen er kansen voor het rapen. Speciaal voor hen pakt Flanders Investment & Trade uit met de handige gids ‘Het Exportplan’. U leest er meer over in dit nummer. En uiteraard is elke ondernemer met internationale ambities, groot of klein, meer dan welkom in een van onze provinciale kantoren.

Ook in de komende prijsuitreiking van de Leeuw van de Export schuilen mogelijk opportuniteiten ... Naast politici, journalisten en FIT-medewerkers zullen ook honderden ondernemers – stuk voor stuk collega-exporteurs – de prijsuitreiking bijwonen. Ook u kan er bij zijn en samen met ons aan het netwerken slaan. Schrijf u nog snel in op www.leeuwvandeexport.be en bereid u voor op een inspirerende avond.

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.

Hoofredactie:

Dienst Marketing & Kennisbeheer
Flanders Investment & Trade.

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 met uw adresgegevens.



Cloud Nine



baant zich een weg in de internationale automobielbranche

Cloud Nine houdt bedrijfsprocessen, businessmodellen en klantendiensten tegen het licht en zweert bij een aanpak zonder poespas. In de loop der jaren bouwde het bedrijf een mooie klantenportefeuille uit, in het bijzonder binnen de automobielbranche. Maak kennis met het consultancybedrijf dat zijn naam deelt met een hitsingle van The Temptations.

Managing director Tim Belon – al houdt deze no-nonsense entrepreneur niet van functietitels – is net van zijn motor gestapt en moet zich nog snel omkleden voor de fotoshoot. Intussen gaat het richting cateringruimte voor een kop koffie, een bruin café in miniatuurformaat. Straks zal Xavier Bedert, Adviseur Internationaal Ondernemen (AIO) van ons provinciaal kantoor Oost-Vlaanderen, te weten komen dat het kroegconcept veel meer is dan een gimmick. Cloud Nine verhuisde begin dit jaar van Lokeren naar Boom, maar behield zijn Oost-Vlaamse hoofdzetel en AIO.

Eerste groeispruit

“Toen we in 2004 met Cloud Nine van start gingen, legden we ons volledig toe op het stroomlijnen van bedrijfsprocessen”, steekt Tim Belon van wal. “We hielpen ondernemingen bij het behalen van ISO-certificaten en andere kwaliteitsnormen op het vlak van veiligheid, milieu, hygiëne of gezondheid.

Na een jaar of drie bezorgde autobouwer Renault – klant van het eerste uur – Cloud Nine een eerste flinke groeispruit. “De kwaliteitsafdeling klopte bij ons aan om hun volledige Belgische dealernetwerk te ondersteunen op het vlak van ISO9001-certificatie”, vervolgt de managing direc-

tor. “We stippelden een begeleidings-traject uit en loodsten tientallen dealers langs hun ISO-audit.”

“Als de klant aan de telefoon klaagt over het regenweer, moet de callcentermedewerker dat ook zien als hij door het raam kijkt.”

Tevreden klanten

Xavier Bedert: “Zijn dergelijke opdrachten nog steeds jullie corebusiness?”

Tim Belon: “Vandaag vormen deze adviesopdrachten nog altijd een heel mooie *fond*. Onze adviesafdeling kan rekenen op heel wat tevreden klanten die blijven terugkeren. En daar zijn we fier op! Het leeuwendeel van onze totaalomzet draaien we echter met het ondersteunen van klantendiensten, vooral binnen automotive. We screenen en optimaliseren niet alleen de klantenservice van de klant, we sturen indien nodig het team aan of we nemen de servicedesk volledig over. En opnieuw was het Renault die alles in gang stak.

Na de positieve ervaring met de begelei-

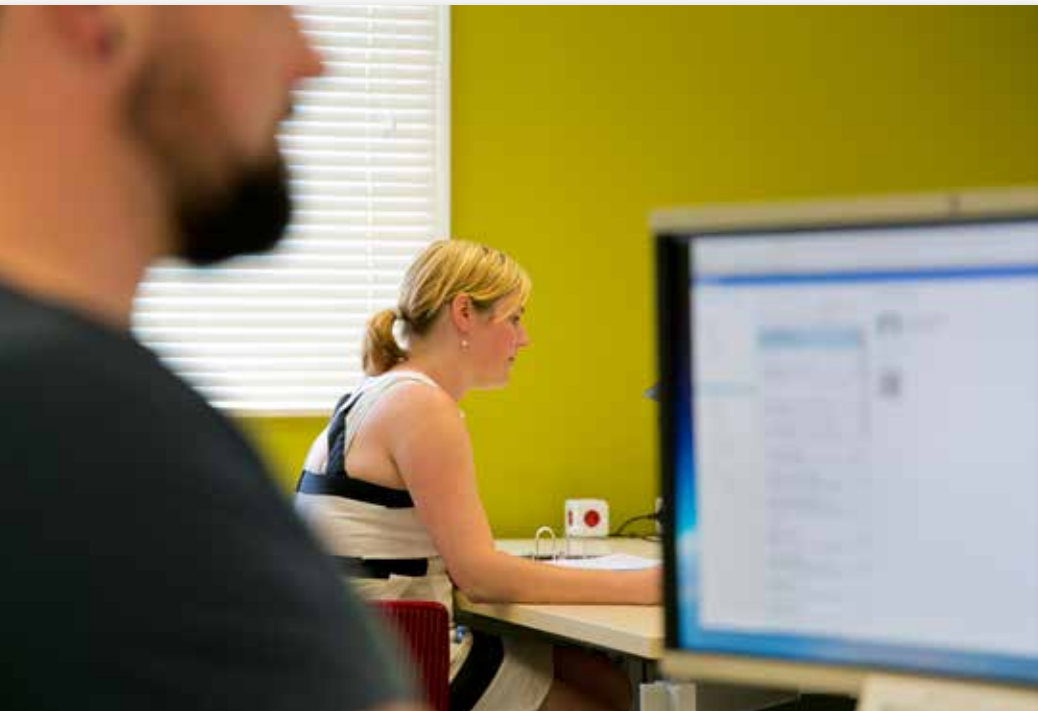
ding van hun dealernetwerk voor verschillende projecten, vroeg de autobouwer ons hun BeLux-klantendienst onder de loep te nemen en mee na te denken over hoe ze hun klantenservice naar een hoger niveau konden tillen. Van het een kwam al vlug het ander. Intussen vormt een gespecialiseerd Cloud Nine-team al vijf jaar het centrale aanspreekpunt van het merk voor Belgische en Luxemburgse eindklanten en dealers. We behandelen klachten, zetten mensen op weg die productinformatie zoeken op de website en bieden alle support die ze nodig hebben. Na een tijdje konden we die service bovendien uitbreiden naar andere automerken.”

Geen dwangbuizen

Xavier Bedert: “Wat maakt jullie uniek onder de callcenters?”

Tim Belon: “In tegenstelling tot de meeste klassieke callcenters werken onze teams niet met scenario's. Omdat elke klant eigen verwachtingen heeft, geloven we sterk in een gepersonaliseerde aanpak. Je kan gewoon geen uitstekende klantenervaring bieden via een massaplatform of binnen de dwangbuis van een script. Onze medewerkers zijn dan ook stuk voor stuk ervaringsdeskundigen.

Het is logisch dat je vaak dezelfde oplossing uit je hoed moet toveren, maar dat



—ID—

Bedrijf: Cloud Nine
(Cloud Nine bvba &
Cloud Nine CMS bvba)

Sector:
adviesverlening &
customer experience

Opgericht in: 2003

Omzet in 2013:
3.400.000 euro

Actief in:
België, Luxemburg, Nederland,
Zwitserland, Duitsland, Tsjechië
en de VS

Aantal medewerkers (België):
38

wil niet zeggen dat de weg ernaartoe voor elke klant dezelfde moet zijn. Uit onderzoek blijkt dat klanten niet meer tevreden worden wanneer ze meer toegestopt krijgen, maar wel wanneer de klantendienst snel schakelt en betrokkenheid aan de dag legt. Een voorbeeld: bij een bepaalde klant slaagden we erin om de tevredenheid na een klachtenafhandeling drastisch te verhogen, terwijl we het budget met 30% konden inperken. Om kort op de bal te kunnen spelen, werken onze teams meestal in-house bij de klant. Is een communicatie onduidelijk of heeft een proces bijsturing nodig, dan kunnen ze dat meteen aangeven.”

Op de radar

Xavier Bedert: “Waarom beslisten jullie internationaal actief te worden?”

Tim Belon: “Enkele jaren geleden liet een grote Duitse speler zijn oog vallen op Cloud Nine. Tot een overnamedeal is het nooit gekomen, maar een van onze toenmalige gesprekspartners werd onze partner voor de internationalisering van Cloud Nine.

Onze klanten zijn stuk voor stuk wereldwijde spelers. Die kiezen op hun beurt grote internationale partners. Hakken ze in hun hoofdkantoor in Parijs of München knopen door, dan is de kans erg klein dat

een Vlaamse kmo op hun radar komt. Maar kan je internationale referenties en buitenlandse vertegenwoordiging voorleggen, dan gaan de deuren makkelijker open.”

Wie wil groeien, moet gefocust blijven. Maar dat betekent niet dat je met oogkleppen moet rondlopen.”

Praagse hub

Xavier Bedert: “Intussen is Cloud Nine ook de oceaan overgestoken?”

Tim Belon: “Onlangs rijfden we in de VS een groot contract binnen bij een bestaande automotiveklant. We openden een kantoor in het Californische Ventura en namen een Amerikaans netwerk van ruim 400 zelfstandige consultants over. Terwijl we in de VS onze klant zijn gevolgd, verkennen we momenteel zelf actief de Centraal- en Oost-Europese markt. Daarvoor richten we momenteel een kantoor in Praag op. We zijn ervan overtuigd dat daar nog flink wat opportuniteiten liggen op het vlak van businessconsulting en

stroomlijning van klantendiensten. Vanuit onze hub in Praag willen we Tsjechië en de omliggende landen bedienen.”

Regenweer

Xavier Bedert: “Dus Cloud Nine stuurt zijn zonen en dochters uit?”

Tim Belon: “Zo zou ik het niet willen stellen. Ik geloof er niet in dat je als Belg in een vreemde doelmarkt kan landen en er een onberispelijke dienstverlening kan bieden. Je hebt onvoldoende kennis van de gevoeligheden, de culturele eigenheid, de context ... Via ons netwerk speuren we daarom naar plaatselijke specialisten die met Cloud Nine in zee willen gaan. Door-gewinterde partners – met een vlekkeloze reputatie – die al over een sterk lokaal netwerk beschikken.

In Praag zijn er intussen twee partners aan de slag, en in de VS en Duitsland telkens één. Cloud Nine mag dan nog een nobele onbekende zijn, onze lokale partners kennen hun branche en klantenportefeuille op hun duimpje en kunnen rekenen op een uitgebreid lokaal en/of internationaal netwerk.

Zeker wanneer je zelf de lokale servicedesk van je klant gaat runnen, is die lokale verankering een absolute must. Ik zeg altijd: als de klant aan de telefoon klaagt over het regenweer, moet de callcenter-

medewerker dat ook zien als hij door het raam kijkt.”

Paaltjes kloppen

Xavier Bedert: “Hoe houden jullie alle neuzen in dezelfde richting?”

Tim Belon: “Dat is vandaag de hamvraag. Met kantoren in Californië en Praag kan je praktisch gezien onmogelijk de collega’s rond de tafel te roepen en snel iets uitleggen. Toch moeten we iedereen op de hoogte houden van het reilen en zeilen in de verschillende vestigingen.

Ik geloof niet in een simpele ‘copy-paste’ van onze filosofie, het moet eerder een ‘paste special’ zijn.”

In eigen land weten klanten onze hands-onmentaliteit en resultaatgerichtheid wel te smaken. Maar hoe vertalen we die waarden naar de andere markten? Ik geloof in elk geval niet in een simpele ‘copy-paste’ van onze filosofie, het moet eerder een ‘paste special’ zijn.

Neem nu onze kroeg waar we samen lunchen en maandelijks klanten ontvangen voor het happy hour, een vaste waarde in elk van onze vestigingen. Hier in Boom is dat een typisch Belgisch bruin café. In Ventura wordt dat binnenkort een Amerikaanse sports bar.

Als trekker van het internationale verhaal is het mijn prioriteit om Cloud Nine overal dezelfde uitstraling te geven, maar niet op een dwangmatige manier. De paaltjes klopt ik, onze lokale medewerkers moeten voor de invulling zorgen.”

Banken overtuigen

Xavier Bedert: “Wat ervaren jullie vandaag als een groot struikelblok bij het realiseren van de internationale ambities?”

Klaar voor de volgende stap in uw internationaliseringsproces?

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

Tim Belon: “Dat is zonder twijfel financiering. In eigen land hebben we op eigen kracht onze activiteiten uitgebouwd, soms tot op de rand van onze capaciteiten. Ook de opstartkosten van onze internationale activiteiten calculeren we in. Voor het opzetten van onze lokale kantoren krijgen we steun van FIT: een extra duwtje in de rug!

Maar wanneer je plots een groot contract binnenhaalt in het buitenland, ben je toch verplicht om een beroep te doen op extra financiering. Je klant betaalt na enkele maanden, maar de eerste projectfase moet je wel zien te overbruggen.

Dat onze Belgische bank ook een Tsjechische afdeling heeft, speelt in ons voordeel. Maar in de VS doet Cloud Nine vooralsnog geen belletje rinkelen. En dan kost het je veel tijd om als Vlaamse kmo een Californische bank over de streep te halen. Tijd die je eigenlijk niet hebt, want je wil niet dat de deal afspringt.”

Zonder oogkleppen

Xavier Bedert: “Staan er nog nieuwe markten op de verlanglijst?”

Tim Belon: “Door met ‘customer experience’ een extra poot onder ons bedrijf te schroeven, zijn we sterk gegroeid en verkennen we nieuwe markten. Er ligt nog massa’s werk op ons te wachten binnen automotive, vandaag werpen we bijvoorbeeld een voorzichtige blik op de Chinese markt. Zo reisden we vorig jaar met de steun van FIT voor het eerst naar Sjanghai. Daar legden we de basis, waarop we nu rustig kunnen voortbouwen.

Maar we onderzoeken tegelijk hoe we onze jarenlange expertise op vlak van klantervaring in andere sectoren kunnen injecteren. Wie wil groeien, moet gefocust blijven. Maar dat betekent niet dat je met oogkleppen moet rondlopen. Want dan word je blind voor nieuwe opportuniteiten die je pad kruisen.”

3 tips van Tim Belon voor ondernemers met internationale ambities

1 Leg eerst de fundamenten

Heb je nog geen *proven business* in eigen land? Bewaar je internationale plannen dan nog even in de koelkast. Om het in het buitenland te maken, moet je op je thuisbasis immers over stevige fundamenten beschikken. Pas als je erin slaagt om daar boven het maaiveld uit te steken met je product of dienst, is het moment aangebroken om over de grenzen te kijken.

2 Omring je niet met klonen van jezelf

Entrepreneurs zitten boordevol ideeën, maar zijn vaak niet gemaakt om die in scherpe structuren om te zetten. Omring je daarom met professionals die daar wel een krak in zijn. Die al die ideeën kanaliseren, analyseren en in projecten gieten. Kortom, werf mensen aan die op jouw golf- lengte zitten, maar geen kloon zijn van jezelf.

3 Durf te springen

Als Vlaming durven we te weinig voluit te gaan. Onterecht, want we hebben zo veel te bieden in een internationale context. Bovendien zijn onze kmo’s doorgaans veel wendbaarder dan grote corporate bedrijven.

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'.

Marktinformatie

ICT-sector in Croatia

De Kroatische overheid zet sterk in op competitiviteit en rekt vooral op ICT als economische groeimotor. Naast een detailschets van de ICT- en telecomsector in Kroatië komen in deze studie ook de belangrijkste overheidsorganisaties en marktspelers aan bod. Tot slot vindt u nog tal van contactgegevens die nuttig kunnen zijn bij uw zoektocht naar informatie.

Cosmetics market in Croatia

Sinds de toetreding van Kroatië tot de EU liggen er heel wat opportuniteiten voor het rapen in de cosmetische sector. Deze studie becijfert en belicht de cosmetica-industrie in de jongste EU-lidstaat: van een algemeen overzicht, over marktbeleid en wettelijk kader, tot import en export. Handig extraatje: een relevante adressenlijst van groothandelaars van cosmetische en farmaceutische producten.

Food labelling in the USA

De VS kent een zeer uitgebreide wetgeving rond foodlabelling. Deze studie is dan ook een must voor voedingsbedrijven die van plan zijn hun producten in de VS te introduceren en daarbij hun export tot in de puntjes willen voorbereiden.

E-commerce in Duitsland

E-commerce – elektronisch zakendoen – scheert hoge toppen in Duitsland. Zo heeft 66% van de Duitse ondernemingen een eigen website, gebruikt 37% sociale media voor klantencommunicatie en organiseert 49% e-sales. Bovendien telt Duitsland niet alleen het grootste aantal internetgebruikers in Europa, het land huisvest ook de grootste onlinemarkt van het continent. U leest er alles over in deze studie.

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. Daarnaast vindt u ook een uitgebreide adressenlijst van potentiële afnemers, biogroothandelaars en -supermarkten, enzovoort: stuk voor stuk interessante aanspreekpunten. Tot slot worden nog de belangrijkste beurzen en websites in de Duitse biosector belicht.

Packaging sector in Croatia

Aan de hand van sprekend cijfermateriaal biedt deze studie een overzicht van de verpakkingsector in Kroatië. Verder vindt u er ook een nuttige adressenlijst van producenten en groothandelaars van verpakkingen, sectorverenigingen en relevante contactpersonen.



Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

Intussen ...

Bouwmateriegroep **Etex** is gestart met de bouw van een nieuw productiecentrum voor vezelcementplaten in het Indonesische Karawang, vlakbij de hoofdstad Jakarta. Met deze investering van ruim 62 miljoen euro versterkt het Belgische bedrijf naar eigen zeggen zijn positie in Indonesië, een belangrijke groei-markt voor de bouwplatenproducent. De nieuwe fabriek zou ongeveer 325 banen creëren en moet vooral de West-Indonesische markt bedienen.

Het Waregemse **Beaulieu International Group**, wereldwijd gekend als producent van vloerbekleding, heeft in het Amerikaanse Cartersville (Georgia) een terrein van 50 hectare aangekocht. De groep richt er een productiecentrum op voor vinylvloeren. De nieuwe site zal een capaciteit van 40 miljoen vierkante meter hebben. De start van de bouwwerken is gepland voor eind 2015.

Ongeveer 450 vestigingen van de Nederlandse supermarktketen Spar gebruiken voortaan de kassas en backofficesoftware van **Centric** uit Oostkamp. Spar koos voor de StoreWorld-oplossing van Centric, waarbij alle verkoopkanalen – van de winkelkassa's tot de webshop – op één systeem worden gecentraliseerd. Verder werkt Centric ook aan SparNet, het communicatie- en samenwerkingsplatform van de retailergroep.

Het Zaventemse **Asco Industries**, dat onderdelen voor de luchtvaartindustrie produceert, heeft een meerjaren- en miljoenencontract ondertekend met Héroux-Devtek. Asco Industries zal voor zijn Canadese sectorgenoot de onderdelen vervaardigen voor landingsgestellen van Boeing 777-vliegtuigen.

Entertainmentbedrijf **ID&T Belgium**, organisator van het dancefestival Tomorrowland, komt weer een stap dichterbij zijn doel om het succesvolle event naar alle continenten te brengen. ID&T plant in mei volgend jaar een editie van Tomorrowland in de Braziliaanse stad Itu, op zo'n 70 kilometer van São Paulo.

Seefbier, het legendarische streekbier van Antwerpen, ging met de gouden medaille aan de haal op de Global Craft Beer Awards in Berlijn. Het bierrecept werd bijna een eeuw lang verloren gewaand, tot het werd teruggevonden en opnieuw gebrouwen in 2012. Sindsdien won het Seefbier ook al goud op de World Beer Cup in de VS en de World Beer Awards in het VK.

Chanel opent een boetiek in de Schuttershofstraat in Antwerpen, meteen de tweede vestiging van het gerenommeerde Franse modehuis in ons land. Met de komst van Chanel bevestigt de Schuttershofstraat zijn status van trendy modewijk, waar ook Burberry, Jimmy Choo, Gucci en Karl Lagerfeld al een vaste stek hebben.

De Amerikaanse mobiele operator **FreedomPop** heeft een overeenkomst gesloten met Base Company om zijn gratis sms-, voice- en data-diensten in België aan te bieden. FreedomPop is al sinds 2012 op de telecommarkt in de VS actief, maar zoekt nu ook groeiopportunities in Europa.

98,2 miljoen

Zo veel ton goederen passeerde door de Antwerpse haven tijdens de eerste zes maanden van 2014. Dit is liefst 2,7% meer dan in het eerste semester van vorig jaar. Gestaat op weg naar het tweede overslagrecord in twee jaar tijd?



Democratische Republiek

Congo

Zakenkansen in het hart van Afrika

De Democratische Republiek Congo (DRC), Congo-Kinshasa in de volksmond, is het op een na grootste land van het Afrikaanse continent. Het tekent mooie groeicijfers op en beschikt over indrukwekkende voorraden van strategische grondstoffen. Maar de DRC prijkt ook op enkele minder fraaie lijstjes: het bnp per inwoner behoort tot de allerlaagste ter wereld en in het Ease of Doing Business-klassement van de Wereldbank is de DRC een van de hekkensluiters. Waar liggen de zakenkansen voor Vlaamse ondernemers in dit land van extremen? Wereldwijs zocht het uit.

1. Grote groei, dito uitdagingen

De DRC exporteert vooral ruwe grondstoffen en importeert kapitaal- en consumptiegoederen. Het land heeft woelige tijden achter de rug, maar kent inmiddels een structurele economische groei en een dalende inflatie. "Voor 2014 wordt een groeicijfer van 8,7% voorspeld, over de periode 2015-2018 zou het om een gemiddelde van 7,5% per jaar gaan", weet **Jérôme Roux**.

De economisch en commercieel raadgever woont en werkt al ruim tien jaar in de DRC. Hij heeft het land in positieve zin zien evolueren. "Het investeringsklimaat wordt gunstiger. Zo trad het land toe tot verschillende regionale economische verbanden en de regering wil de bureaucratie terugdringen."

Toch stelt deze markt buitenlandse ondernemers nog voor heel uiteenlopende uitdagingen, waaronder een complex belastingstelsel, verouderde infrastructuur, een omvangrijke informele economie en een zwak banksysteem. Wie zijn zinnen zet op deze markt, gaat dus best niet over één nacht ijs. "De Congolese zakencultuur is allesbehalve transparant, dus geduld en doorzettingsvermogen zijn de sleutelwoorden voor ondernemers die het terrein willen verkennen", stipt **Jérôme Roux** aan. "Maar wie volhardt, wordt beloond met een schare trouwe klanten en partners die openstaan voor een zakenrelatie op lange termijn."

Zowel multinationale bedrijven, bilaterale en multilaterale geldschieters als plaatselijke bedrijfsleiders en zogeheten 'notabelen' zijn op zoek naar leveranciers en vakspecialisten.

Jérôme Roux: "Onze sterke reputatie gaat ons voor. Vlaamse ondernemers worden beschouwd als ernstige businesspartners die kwaliteit leveren. Doorgaans speelt ook de historische band tussen ons land en de DRC in ons voordeel, ondanks de vele hoogtes en laagtes in de politieke en diplomatieke betrekkingen."

2. Sterke behoefte aan knowhow

In zowat alle branches worden buitenlandse ondernemers met open armen ontvangen. Voor hun kwalitatief hoogstaande

producten en diensten, maar ook voor de vakkennis, technologische bagage en vormingskansen die ze binnenbrengen.

Indrukwekkende grondstofreserves

Jérôme Roux: "In de Congolese bodem zitten meer dan duizend verschillende grondstoffen: de op een na grootste koperreserve ter wereld, een kwart van de wereldgoudreserves, 30% van de ruwe diamant en meer dan 80% van de kobalt- en coltanvoorraden. De mijnuitbating is er de afgelopen jaren veel intenser op geworden, zeker in het mijnbekken van Katanga.

W 'Grand Inga' kan op termijn voldoende energie produceren om de helft van het Afrikaanse continent van elektriciteit te voorzien"

Daarnaast beschikt het land over een aanzienlijke petroleumreserve. Het potentieel wordt op 50 miljard vaten geschat en de winning ervan komt stilaan op gang. Het streefdoel is om tegen 2020 zo'n 300.000 vaten per dag op te pompen.

In alle fases van het ontginningsproces van grondstoffen en aardolie kunnen Vlaamse bedrijven een flinke meerwaarde bieden: onze expertise op het vlak van cartografie voor de verkenning van de bodem, onderzoek naar duurzame oplossingen voor bodem- en waterverontreiniging, verwerking van grondstoffen en scheikundige producten enzovoort."

Onderbenut landbouwareaal

Jérôme Roux: "Volgens het International Food Policy Research Institute beschikt de DRC over een landbouwareaal dat 3 miljard monden kan voeden. Vandaag wordt slechts 5% ervan ook effectief gebruikt en het rendement per hectare ligt bedroevend laag. Het gevolg hiervan is dat het land massaal voedsel moet invoeren.

Om een einde te maken aan deze absurde situatie voert de regering vandaag een actiever landbouwbeleid. Met de hulp van de Wereldbank is Congo gestart met de

inplanting van agro-industriële parken. Vlaamse machines en technologieën, gecombineerd met training van plaatselijke landbouwers, kunnen de Congolese agro-industrie een extra duw in de rug geven. Maar ook onze expertise op het vlak van plant- en diergenetica, landbouwmanagement, internationale kwaliteitsnormen en keurmerken voor de export, bewaar- en verpakkingstechnieken of biobrandstoffen, kan het verschil maken."

Water en zon

Jérôme Roux: "Vandaag heeft amper 9% van de Congolese bevolking toegang tot het elektriciteitsnet, maar de doelstelling is om dat percentage te verdubbelen tegen 2016. Bovendien zal de vraag naar elektriciteit verder toenemen naarmate de industriële productie, de agro-industrie en de mijnbouw verder professionaliseren.

87% van zijn energie haalt de DRC uit waterkracht. De Congostroom heeft dan ook het op een na hoogste debiet ter wereld. Maar door jaren van slecht beheer en gebrek aan investeringen zijn de stuwdammen en elektriciteitscentrales er slecht aan toe. Maar er is beterschap in zicht. In het voorjaar keurde de Wereldbank een subsidie goed voor een duurzaamheidsstudie van een gigantische waterkrachtcentrale op de Congostroom in Inga. Wanneer de twee bestaande Ingadammen opnieuw op volle toeren draaien en de derde dam een feit is, kan 'Grand Inga' op termijn voldoende energie produceren om de helft van het Afrikaanse continent van elektriciteit te voorzien. Zuid-Afrika gaat alvast een deel van de geproduceerde stroom aankopen.

Voor onze bedrijven opent deze evolutie tal van nieuwe perspectieven. Zo staat de productie van elektriciteit uit zonne-energie of biomassa nog in zijn kinderschoenen. Zowel Congolese kmo's als ngo's en multinationals zoeken partners en leveranciers voor de bouw van installaties waarmee ze in hun eigen energiebehoefte kunnen voorzien."

MVO-beleid van multinationals

Jérôme Roux: "De gezondheidssector kan het meest rekenen op ontwikkelingssteun. Vlaamse bedrijven die toegang willen

krijgen tot deze branche, gaan dus best in op internationale openbare aanbestedingen die uitgeschreven worden door onder meer de Wereldbank, de Wereldgezondheidsorganisatie, de EU en de Afrikaanse Ontwikkelingsbank. Er is nood aan generische geneesmiddelen voor mens en dier, medische apparatuur en instrumenten, vorming van lokale medici, enzovoort. Maar ook flink wat internationale privé-bedrijven – onder meer in de mijnbouw – zoeken vanuit hun beleid op het vlak van maatschappelijk verantwoord ondernemen naar partners die mee hun schouders willen zetten onder de bouw van scholen, ziekenhuizen of woningen.”

Nijpend woningtekort

Jérôme Roux: “Tegen 2015 zullen zo’n 30 miljoen Congolezen in de steden wonen, met een nijpend tekort aan woningen en kantoorgebouwen tot gevolg. Daarom plant de regering de bouw van 30.000 sociale woningen. Naast een grote behoefte aan kwalitatieve bouwmaterialen en de bijbehorende expertise, kunnen onze bedrijven een meerwaarde bieden op het vlak van vorming van lokale bouwvakkers.

Naast huisvesting is mobiliteit dé grote uitdaging van Congo. Een duurzame ontwikkeling staat of valt immers met een goede ontsluiting van het land via de weg, het spoor, de lucht of het water.”

3. Een tropische afzetmarkt met gunstig sneeuwbaaleffect

Frisomat produceert modulaire gebouwen in koudgewalst, hoogwaardig staal voor tal van professionele doeleinden zoals opslagruimtes, kantoren, winkelruimtes, werkateliers, industriële hallen en vliegtuigloodsen. Het bedrijf uit Wijnegem is al jarenlang actief in Afrika en meer specifiek al zes jaar in de DRC. “Doordat de constructies weinig wegen, worden de transportkosten tot een minimum herleid en volstaan lichte funderingen”, legt Export Overseas Manager **Bob Desmet** uit. “Bovendien zorgt het meccanosysteem ervoor dat een kleine montageploeg met standaardgereedschap de constructie op korte tijd kan

bouwen.”

Voor de Afrikaanse markt levert Frisomat de staalconstructies aan in zelfbouwpakketten en bedient het zowel grote internationale spelers als lokale klanten. “Alle onderdelen worden in Wijnegem geprefabriceerd, in containers geladen en naar hun bestemming verscheept”, aldus Bob Desmet. “In de DRC bouwden we onder meer een slachthuis in Lubumbashi, een doe-het-zelfsupermarkt in hartje Kinshasa en een aantal legerhangars.”

Kritische blik

“Eerst en vooral moet je je product of dienst kritisch tegen het licht houden en uitmaken of het wel geschikt is voor die specifieke doelmarkt”, vertelt Bob Desmet. “Voor ons product was dat het geval. De compacte bouwpakketten zijn zelfs via de slecht onderhouden wegen in de DRC relatief makkelijk op vrachtwagens transporteerbaar.

Je gebouw aanpassen aan de noden van je doelmarkt stopt eigenlijk nooit. Na elk bezoek aan Congo kom ik terug met feedback van onze klanten, waarmee onze ingenieurs aan de slag gaan.”

Afrika-minded

“Cruciaal is dat je partners en klanten aanvoelen dat je Afrika-minded bent. Dat je hun plannen au sérieux neemt”, vervolgt de exportmanager. “Bewijs hen via concrete cases dat je inzicht hebt in hun markt en dat je rekening houdt met hun realiteit: het tropische klimaat, de infrastructuur, de aanwezige vakken en beschikbare machines. Maar verplaats je ook in hun leefwereld. Want hun beweegredenen om voor een bepaald type product te kiezen, verschillen vaak volledig van de onze.”

Acte de présence

Veel ondernemers zien ertegen op om ter plaatse te gaan. “Begrijpelijk”, meent Bob Desmet. “De reiskosten swingen al gauw de pan uit voor een erg onzekere return. Toch is een acte de présence van tijd tot tijd de enige manier om echt de temperatuur te voelen en door te dringen tot de eigenlijke beslissingsnemers. Ga naar recepties en sluit je aan bij alle organisaties die netwerking ter plaatse stimu-

leren. Alleen zo krijg je voeling met de lokale zakenwereld.”

“Verplaats je in hun leefwereld. Hun beweegredenen om voor een bepaald type gebouw te kiezen, zijn vaak volledig anders dan de onze.”

Sneeuwbaaleffect

“De eerste projecten zijn altijd de lastigste, want je moet je naam nog maken”, aldus Bob Desmet. “Maar van zodra je een aantal mooie referenties kan voorleggen, ontstaat een soort sneeuwbaaleffect. Momenteel hebben we veel projecten in de pijplijn, stuk voor stuk voor grote oppervlaktes. Klanten zoeken ons omdat ze ergens een Frisomat-gebouw hebben gezien of omdat een collega-ondernemer tevreden is. Die mond-tot-mondreclame is van onschatbare waarde.”

Camera

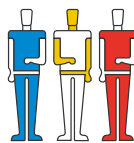
“Daarom ook neem ik altijd mijn camera mee als ik op klantenbezoek ga”, deelt de exportmanager. “Internetverbindingen zijn niet altijd even stabiel in de DRC, maar nagenoeg alle Afrikaanse zakenmensen hebben een smartphone met 3G waarop ze een YouTube-filmpje met een klantengetuigenis kunnen bekijken. Onlangs leverden we een loods op in het kader van het Inga-project. De klant was zo blij met het resultaat dat hij ons enkele foto’s stuurde. Wij hebben die meteen op onze website, Facebook en LinkedIn gepost. Zo creëren we interactie met onze klanten, waar ook ter wereld. Soms zet een filmpje van een fiere klant veel meer in gang dan een lijvige productbrochure.”



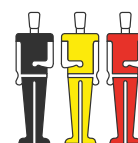
Factsheet Democratische Republiek Congo



OPPERVLAKTE
2.345.409 KM²
(of 77 keer de grootte van België)



AANTAL INWONERS
77,4 MILJOEN (2013)



AANTAL BELGEN
ingeschreven in Kinshasa: 2.133 (2013)
ingeschreven in Lubumbashi: 768 (2013)



OFFICIËLE TAAL
FRANS
NATIONALE TALEN
LINGALA, SWAHILI, KIKONGO
EN TSHILUBA

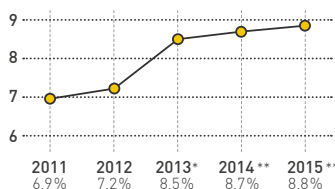


MUNTEENHEID
CONGOLESE FRANK
1 EUR = 1225,34 CDF
(08/08/2014)



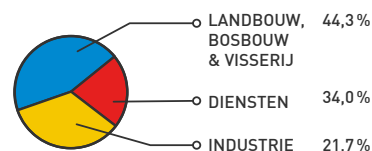
WEETJE
Op de Congostrroom komt de grootste waterkrachtcentrale ter wereld. De werken gaan in oktober 2015 van start.

Evolutie van het bbp (2011 – 2015)



* raming / ** prognose

Aandeel economische sectoren in bbp (2013)



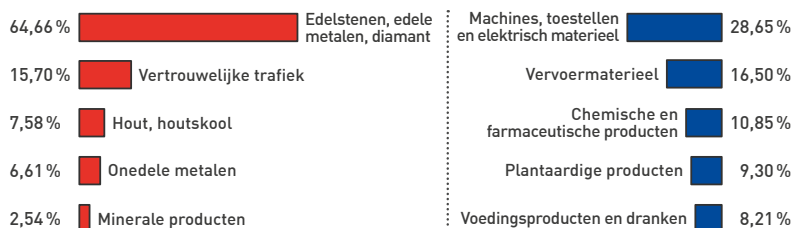
Belangrijkste exportbestemmingen (2013)



Belangrijkste leveranciers (2013)



Vlaamse export naar DRC: € 278,9 miljoen (2013)



Vlaamse import uit DRC: € 226,0 miljoen (2013)

Meer weten over de Democratische Republiek Congo?

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

Eerste hulp bij het opstellen van uw exportplan

Ongetwijfeld bestaan er uitzonderingen op de regel, maar onze ervaring leert dat bedrijven met een degelijk exportplan betere – en vooral duurzamere – slaagkansen hebben op het internationale strijdtoneel. Het vormt namelijk de basis om geïnformeerd en methodisch de export naar uw doelmarkt aan te vatten. Maar hoe begint u eraan? Als antwoord stellen we onze handige gids 'Het Exportplan' voor.

Via het exportplan krijgt u een eerlijk beeld van de sterktes en zwaktes van uw onderneming. Het is ook de rode draad in uw exportstrategie. Die moet immers onderweg regelmatig worden geëvalueerd en waar nodig bijgestuurd. Beschouw het exportplan als uw persoonlijke draaiboek, gebaseerd op realistische verwachtingen en deadlines.

Cruciale denkoefening vooraf

Zijn al uw producten wel geschikt voor export en, specifiek, voor uw doelmarkt? Opgelet, de antwoorden op deze belangrijke vragen maken vaak het verschil tussen succes en falen in het buitenland. Export brengt namelijk enkele typische risico's met zich mee, zoals andere betalingsculturen en wisselkoersschommelingen. Tegen de meeste risico's kan u zich gelukkig beschermen. Ook het financiële plaatje moet kloppen. Een goede financiële planning met duidelijke mijlpalen en minimale doelstellingen is dan ook onontbeerlijk.

Het warme water is al uitgevonden

Ziet u door de bomen het bos niet meer? Maak u geen zorgen, tal van andere ondernemers hebben exact hetzelfde als u meegemaakt. En voor elk

probleem is wel een oplossing gevonden. Al die kennis en expertise hebben we gebundeld in een helder, eenvoudig stappenplan. Geïllustreerd met praktische tips en weetjes. Samen brengen we structuur in de nodige acties.



De leidraad voor uw export: download gratis 'Het Exportplan'

Om dit alles uit te werken, is onze handige gids 'Het Exportplan' het ultieme hulpmiddel. U kan die gratis downloaden op www.flanderstrade.be in de rubriek Publicaties. Uiteraard kan u ook altijd onze hulp invoeren, we helpen u graag. Neem daarvoor contact op met het provinciaal kantoor in uw buurt. U vindt alle contactinfo op www.flanderstrade.be.

Veel succes!

Vlaamse dienstverlening in de internationale arena

Trends en tips van onze FIT-experts



Wist u dat maar liefst driekwart van onze export uit diensten bestaat? Een dienst exporteren lijkt makkelijker dan een product, maar schijn bedriegt. Ook bij dienstverleners start internationaal succes niet met een sprong in het diepe. FIT-experts Karla Laheye en Jan Bruffaerts spotten trends en geven praktische tips.

Karla Laheye, Adviseur Internationaal Ondernemen (AIO) van ons provinciaal kantoor Oost-Vlaanderen, komt bij heel wat dienstverlenende bedrijven over de vloer. Zij weet als geen ander welke hordes die moeten nemen om zich te positioneren in een nieuwe afzetmarkt.

“De Nationale Bank becijferde dat 75% van onze export uit diensten bestaat, onze buurlanden halen een vergelijkbaar percentage”, weet Karla Laheye. “Vanuit FIT focussen we op ondernemers die zakelijke diensten verlenen in financiën, logistiek, transport, cleantech, bouw, consultancy en healthcare. Maar ook de ICT-branche, met zijn software voor heel uiteenlopende toepassingen en industrieën, is een kernsector. Verder ondersteunen we de creatieve sector met zijn designers, filmmakers, modeontwerpers en uitgevers.”

Hoewel diensten haast per definitie maatwerk zijn en geen twee branches identiek, spot de AIO toch enkele opmerkelijke trends en evoluties in de manier waarop Vlaamse dienstverleners hun grenzen verleggen.

1.

De one-stop-shop

Karla Laheye: “Uit analyse van het FIT-kliëntenbestand blijkt dat ongeveer één op vijf bedrijven een combinatie van producten en diensten exporteert. Vaak waren dat in oorsprong productiebedrijven die gaandeweg geëvolueerd zijn naar all-round-dienstverleners.

Omdat ze dat ietsje meer willen bieden dan hun concurrenten of aanvoelen dat ze met hun productaanbod de grenzen van hun internationale groei hebben bereikt. Of omdat ze nieuwe markten betreden waar hun expertise niet voorhanden is.

Maar de evolutie gebeurt ook steeds vaker vanuit een vraag van de markt naar een geïntegreerde aanpak. Klanten zijn niet langer bereid om zelf het hele project te trekken. Ze geven de voorkeur aan leveranciers die zich als ‘one-stop-shop’ profileren en tal van ondersteunende

diensten – al dan niet in-house – ter beschikking hebben.

Zo investeren grote Vlaamse bouwondernemingen almaar vaker in een intern studie bureau om zelf bodemonderzoek of haalbaarheidsstudies uit te voeren. En leveranciers van laadsystemen merken dat buitenlandse klanten ook hun logistieke expertise weten te smaken.

Die shift is allesbehalve evident. Toch slagen onze Vlaamse kmo's erin om heel flexibel en dynamisch uit de hoek te komen en hun klanten maatwerk te bieden. Door hun kleinschaligheid – zonder logge structuren of geijkte procedures – kunnen ze kort op de bal spelen. Dat levert hen een concurrentieel voordeel op ten opzichte van grote buitenlandse spelers.”

2.

Samen sterk

Karla Laheye: “Een product kan je bij wijze van spreken op tafel leggen, diensten zijn niet tastbaar. Daarom is het als individuele dienstverlener soms moeilijk om potentiële zakenpartners in je doelmarkt te overtuigen van je kunnen.

We zien dan ook meer en meer clusters van dienstverleners opduiken binnen een bepaalde branche of niche. In plaats van elk apart nieuwe exportmarkten aan te boren, brengen deze ondernemers samen een complementair dienstenpalet aan de man. Vlaanderen als creatieve hub is zo'n cluster waar FIT zijn schouders onder zet. Maar ook in tal van andere branches betekent clustervorming een grotere autoriteit in het internationale speelveld. Naast FIT zijn er intussen tal van Vlaamse instanties en initiatieven die deze kaart trekken: Flanders DC, het Vlaams Instituut voor de Logistiek, Agoria ICT, Flanders' Care enzovoort.

Het aanbod van dienstverleners zit vaak complex in elkaar. FIT helpt om de vertaalslag te maken naar nieuwe markten of om een doelpubliek nader te specificeren. Maar ook bij het screenen van part-

ners, het zoeken van opdrachtgevers en het openen van deuren bij lokale instanties ondersteunen we ondernemers. Snel schakelen is het motto, want de opportuniteit van vandaag kan morgen al zijn weggekaapt door een concurrent.”

3.

Snel over de grenzen

Karla Laheye: “Veel dienstbedrijven speuren actief naar nieuwe afzetmarkten. Ze hebben al vlug het gevoel dat Vlaanderen te klein is om hun ambities waar te maken. Sommige ondernemers hebben zelfs vanaf het prille begin een internationale focus, omdat hun toeleveranciers en klanten zich hoofdzakelijk in het buitenland bevinden. Vooral de IT-wereld kent steeds meer zogeheten ‘born globals’.

Dat dienstverleners al vlug over onze grenzen kijken, is heel begrijpelijk. Terwijl er bij export van een product formaliteiten en logistieke aspecten in het spel zijn, is dat voor diensten nauwelijks het geval. Toch moeten ook leveranciers van diensten eerst hun huiswerk maken. Onder het motto ‘let's give it a try’ een aantal stappen in de voorbereiding overslaan, is geen goed idee.”

De Exportmeter voor dienstverleners

Benieuwd of u als dienstverlener klaar bent voor een avontuur buiten onze grenzen? Of wil u uw internationale strategie verder finetunen? Met de Exportmeter van FIT voor de dienstensector komt u het te weten. Deze mini-audit voor zakelijke dienstverleners screent snel, efficiënt en betrouwbaar uw exportvaardigheden en brengt eventuele lacunes aan het licht.

Voor dienstverleners die over de grenzen kijken, heeft **Karla Laheye** 5 concrete tips:

1

Breng uw dienst online tot leven

Precies omdat diensten van nature vluchtig zijn, moet u ze voor uw internationaal doelpubliek zo tastbaar en begrijpelijk mogelijk maken. Uw website is daar het ideale platform voor. Hou uw site luchtig en teasend, maar zorg tegelijk dat de informatie voldoende concreet is. Dat kan door demofilmmpjes en grafische triggers in te lassen. Maar investeer ook in lokale URL's en in de vindbaarheid van uw online informatie via de courante zoekmachines in elke doelmarkt.

Speur naar lokale experts

Sommige diensten kan u vanaf uw thuisbasis in goede banen leiden, maar soms geniet het de voorkeur om een lokale partner in de arm te nemen. Voor een dienstverlener ligt dat moeilijker dan voor een productiebedrijf. Uw lokale partner moet de dienst door en door kennen, voelen waar de marktnoden liggen en actief meehelpen aan de vertaling van het aanbod naar zijn afzetmarkt.

2

Breng uw markt goed in kaart

Een stevige verankering in uw thuismarkt geeft u de nodige slagkracht. Tevreden klanten in eigen land maken immers mee uw reputatie en credibiliteit. Wenst u meteen uw vleugels uit te slaan, ga er dan niet van uit dat iedereen in het buitenland op u zit te wachten. Praat met uw Adviseur Internationaal Ondernemen over uw verwachtingen, zoek uit hoe u echt het verschil kan maken en richt vervolgens gericht uw pijlen.

3

Zoek zo veel mogelijk aandacht

Hoe zorgt u er voor dat uw dienst in land X of Y de nodige aandacht krijgt? Ga in elk geval na waar de interessante vakbeurzen zijn, neem deel aan een sectorcongres of een missie met 'concullega's'. De laatste jaren zet FIT ook in op beurzen rond design, e-health, alternatieve energie, multimedia enzovoort. Investeren in een goede brochure valt natuurlijk altijd aan te raden, maar laat zeker ook de alternatieve marketingkanalen niet links liggen. Een filmpje met een beknopte pitch van uw bedrijf, een bedrijfsblog en aanwezigheid op sociaalnetwerksites zijn in de snelle wereld van de dienstverlening een absolute must. Belangrijke kanttekening is wel dat de reputatie van de verschillende marketingkanalen verschilt van land tot land.

4

Ander land, andere spelregels

Bij export van onlinediensten hoeft u niet langs het douanekantoor, maar dat wil niet zeggen dat er geen spelregels zijn. Informeer u altijd over het wettelijke kader in uw doelmarkt. Ga eventueel met een lokale advocaat of een gespecialiseerde consultant in zee die u kan helpen met fiscale en juridische aangelegenheden. Zeker wanneer u beslist om een buitenlandse vestiging te openen en lokaal medewerkers te werven, is begeleiding van een expert ter zake geen overbodige luxe.

5

De Dienst Reglementering van FIT kan u contacteren via www.flanderstrade.be. Meer informatie over de Europese Dienstenrichtlijn vindt u op www.business.belgium.be.



Karla Laheye



Jan Bruffaerts

Jan Bruffaerts is hoofd van de Dienst Reglementering en de Cel Handelsbelemmeringen & Markttoegang bij FIT. Hij roept dienstenleveranciers op om op het vlak van reglementering niets aan het toeval over te laten:

“Buiten de EU-grenzen verschillen de fiscale wetgevingen, de vereiste certificaten en nodige registraties sterk van land tot land. Maar ook de definitie van het dienstenconcept zelf is vaak voor interpretatie vatbaar.”

“Ondanks het feit dat dienstverlening een steeds prominentere plaats inneemt in de internationale handel, bestaat er geen universele definitie van een dienst”, legt Jan Bruffaerts uit. “Wie zijn diensten aanbiedt op de internationale markt, zal dan ook al vlug merken dat er veel meer grijze zones zijn dan bij export van producten het geval is.”

De Europese Dienstenrichtlijn van december 2006 creëerde een algemeen juridisch kader voor iedere dienst die tegen vergoeding gebeurt”, vervolgt Jan Bruffaerts. “Hierbij wordt rekening gehouden met de specifieke kenmerken van bepaalde activiteiten of beroepen binnen de EU. De richtlijn legde bovendien een dienstclassificatie vast op EU-vlak, namelijk de NACE-code. Elke lidstaat kreeg hierbij de opdracht om deze classificatie verder te ontwikke-

len. Zo ontstond in eigen land de NACE BEL-activiteitennomenclatuur.”

Voor dienstenleveranciers die enkel binnen de EU-grenzen willen opereren, bestaan in elke lidstaat centrale contactpunten. Daar kunnen ze terecht voor informatie over vergunningen en toelatingen die van toepassing zijn in die specifieke lidstaat. “Want ook al zorgt de Dienstenrichtlijn ervoor dat bedrijven vlotter zaken kunnen doen binnen de EU, de regels zelf zijn niet in alle landen dezelfde”, weet de FIT-expert. Zo voorziet de richtlijn bijvoorbeeld belangrijke afwijkingen op het vlak van beroepskwalificaties, het ter beschikking stellen van werknemers en diensten van algemeen economisch belang.

“Buiten de EU-grenzen verschillen de fiscale wetgevingen, vereiste certificaten en registraties inzake dienstver-

leningen sterk van land tot land. Maar ook de definitie van het dienstenconcept zelf is vaak voor interpretatie vatbaar. Verder moeten ondernemers zich, nog voor ze de nieuwe markt betreden, informeren over de bescherming van hun intellectuele eigendomsrechten en zich in de mate van het mogelijke indekken tegen eventuele inbreuken.”

“Een grondige deskresearch en deskundige begeleiding zijn dus onontbeerlijk in het internationale dienstenverhaal”, benadrukt Jan Bruffaerts. “De Dienst Reglementering van FIT kan dienstenleveranciers wegwijs maken in dat juridische en administratieve doolhof. Bovendien kunnen we onze dienstenleveranciers helpen door eventuele markttogangsproblemen op Europese en internationale onderhandelingsplatformen aan te kaarten.”



17/09/2014

Hoogdag voor de exporteur

Wie wordt onze kersverse Leeuw van de Export 2014 in de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers'? Brouwerij L. Huyghe, HTMS of Vermeiren Princeps? En wie wint in de categorie 'Bedrijven met 50 of meer medewerkers'? Agristo, Biobest of Datwyler Pharma Packaging Belgium?

Op woensdagavond 17 september onthult minister-president Geert Bourgeois wie de felbegeerde titel van Leeuw van de Export krijgt. U kan deze feestelijke ontknoping persoonlijk bijwonen in de Bijloke in Gent.

Nadien volgt ons jaarlijkse netwerkevent waarop zowat alle FIT-vertegenwoordigers uit binnen- en buitenland en ongeveer 500 Vlaamse collega-exporteurs present tekenen. Aan interessante gesprekstof zal er zeker geen gebrek zijn!

Kom op 17 september
naar de uitreiking van
de **Leeuw van de Export 2014**
in de Gentse Bijloke!
Schrijf u nu in op
www.leeuwvandeexport.be

Programma

17.30 uur Ontvangst

18.00 uur Uitreiking Leeuw
van de Export
2014 door
de minister-
president van
Vlaanderen

19.00 uur Wandelbuffet en
netwerkreceptie

Pollutec Lyon

4 tot en met 7 november 2014

Wat? Pollutec is een milieu-technologiebeurs met focus op afval.

INSCHRIJVEN? Tot 10 september 2014 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Francine Van Den Borre op 02 504 87 47 of francine.vandenborre@fitagency.be

Prinselijke missie Maleisië en Singapore

22 tot en met 29 november 2014

Wat? Maleisië en Singapore zijn de twee meest open economieën van Zuidoost-Azië. Beide landen hebben mooie groeiverwachtingen en vervullen een interessante hubfunctie binnen de regio. Deze missie staat open voor alle sectoren.

INSCHRIJVEN? Tot 26 september 2014 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Sabine Vincke op 02 504 87 41 of sabine.vincke@fitagency.be

PRINSE-
LIJKE
MISSIE

Arab Health Dubai

26 tot en met 29 januari 2015

Wat? Dubai wordt tijdens de vakbeurs Arab Health de place to be voor de medische sector.

INSCHRIJVEN? Tot 15 september 2014 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Annemieke De Tollenaere op 02 504 87 33 of annemieke.detollenaere@fitagency.be

GROEPS-
STANDEN

VIV Asia Bangkok

11 tot en met 13 maart 2015

Wat? Om de twee jaar brengt vakbeurs VIV Asia de beste spelers uit de veeteeltindustrie samen. Ontdek er tal van innovatieve producten voor industriële voederverwerking, dierenverzorging, processing van vlees- en zuivelproducten, enzovoort.

INSCHRIJVEN? Tot 30 september 2014 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Hilda Debie op 02 504 88 51 of hilda.debie@fitagency.be

Exportdagen Zuid-Europa – Mechelen

23 tot en met 25 september 2014

Wat? Bespreek uw exportdossier rechtstreeks met onze experts uit Frankrijk, Griekenland, Israël, Italië, Oostenrijk, Portugal, Spanje, Turkije en Zwitserland. Voorts kan u op 23 september deelnemen aan het seminarie 'Zakendoen in Zuid-Europa: de crisis voorbij (?)'.

INSCHRIJVEN? Tot 12 september 2014 op www.flanderstrade.be
CONTACT? Jan Huysentruyt op 02 504 88 06 of jan.huysentruyt@fitagency.be

EXPORT-
DAG

Cambodja en Laos

15 tot en met 21 november 2014

Wat? FIT organiseert een multisectoriële missie naar Cambodja en Laos, met focus op de multilaterale instellingen.

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

CONTACT? Arnout Geys op 02 504 87 96 of arnout.geys@fitagency.be

Oezbekistan en Kazachstan

2 tot en met 8 november 2014

Wat? Ontdek uw kansen in Oezbekistan en Kazachstan, interessante markten in Centraal-Azië met goede economische vooruitzichten. Deze missie staat open voor alle sectoren.

INSCHRIJVEN? Tot 9 september 2014 op www.flanderstrade.be

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

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

VS en Canada

4 tot en met 10 september 2014

Vilvoorde, Gent, Brugge, Antwerpen en Hasselt

INSCHRIJVEN? Tot 9 september 2014 op www.flanderstrade.be

Kenia, DR Congo en Ivoorkust

8 tot en met 10 september 2014

Brussel

INSCHRIJVEN? Tot 9 september 2014 op www.flanderstrade.be

GROEPS-
ZAKEN-
REIZEN

CONTACT-
DAGEN

Polagra Food Poznan

29 september tot en met 2 oktober 2014

Wat? Polagra Food is het belangrijkste voedingsevenement in Centraal-Europa met een groot aanbod inzake bakkerij, confiserie, vlees, zuivel, dranken en biovoeding.

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

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

CATALOOG-
STAND

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

8

Maak van uw beursdeelname een succes

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 maand kwam de stap 'Bescherm en respecteer de intellectuele-eigendomsrechten' aan de beurt, dit keer zoomen we in op het deelnemen aan internationale vakbeurzen.

Vakbeurzen zijn een uiterst nuttig marketinginstrument. Alle belangrijke stakeholders van de branche komen er samen om informatie te verzamelen, kennis te maken met potentiële handelspartners en nieuwe ontwikkelingen in de sector te ontdekken. En zelfs in tijden van nieuwe media en internet moet het klassieke beursconcept niet aan populariteit inboeten. Wist u dat er jaarlijks wereldwijd zo'n 30.000 business-to-businessbeurzen worden georganiseerd?

Aan een beurs deelnemen vergt echter een aanzienlijke investering, terwijl het achteraf vaak moeilijk is om de ROI ervan te meten. Haalde u echt het maximum uit uw deelname? Slaagde u erin om de nieuwe contacten in contracten om te zetten? Veel vragen blijven onbeantwoord, waardoor ondernemers met gemengde gevoelens achterblijven of zelfs gaan twijfelen aan de meerwaarde van een beursdeelname. Belangrijk is om vooraf een intern draagvlak te creëren voor de beursdeelname en uw beursplan te integreren in de internationale strategie van uw onderneming.

Een intern draagvlak

Deelnemen aan een beurs vraagt extra inspanningen van uw medewerkers. Maak hen dan ook duidelijk waarom de beursdeelname zo belangrijk is voor het bedrijf en schets de unieke troeven van een beurs in vergelijking met andere sales- en marketinginstrumenten. Door uw medewerkers zelf suggesties te laten geven voor de aankleding van de stand of de benadering van de bezoekers, verhoogt u bovendien hun betrokkenheid.

Een geïntegreerd beursplan

Deelnemen aan een beurs is een complex gebeuren. Om niets uit het oog te verliezen, biedt een beursplan soelaas. Dat brengt het volledige proces in kaart, van ontwerp tot follow-up. Cruciaal is dat het beursplan geen losse flodder is. Het moet passen binnen uw marketingmix, uw exportplan en uw algemene strategie.

Gewicht in de schaal

Overweegt u aan een buitenlandse beurs deel te nemen? Klop dan aan bij ons provinciaal kantoor in uw buurt. Samen met de Vlaamse Economische Vertegenwoordigers in ons wereldwijde netwerk kunnen onze Adviseurs Internationaal Ondernemen u helpen om de juiste keuze te maken uit het grote beursaanbod. Op tal van internationale beurzen is FIT vertegenwoordigd met een zogeheten groepsstand met verschillende Vlaamse bedrijven die samen het nodige gewicht in de schaal kunnen leggen. Meer informatie over de verschillende types van standen vindt u op www.flanderstrade.be.

Meer tips voor uw beursplan?

Op www.flanderstrade.be kan u gratis het boekje 'Help, ik neem deel aan een beurs' bestellen of downloaden in pdf-formaat. Of stel uw vragen aan ons provinciaal kantoor in uw buurt. Op dezelfde website vindt u alle contactgegevens.



17 SEPTEMBER: DE AVOND DAT DE

EXPORT MANAGER NIETS UITVOERT

Kom naar de uitreiking van de Leeuw van de Export 2014 van Flanders Investment & Trade

Het is 17 september. De Bijloke in Gent zit afgeladen vol. Het kruim van de Vlaamse bedrijfswereld en het voltallige binnen- en buitenlandse netwerk van FIT tekenen present. De spanning stijgt. Wie wordt dit jaar bekroond voor zijn exportsuccessen? Dan roept de Vlaamse minister-president de winnaars van de Leeuw van de Export 2014 op het podium. Waarna het netwerken ten volle kan beginnen. Dat wilt u toch niet missen?



Schrijf u in op www.leeuwvandeexport.be



FLANDERS INVESTMENT & TRADE



Vlaanderen
in Actie
Pact 2020

Hoofdsponsors



MEMBER OF THE
CREDENDO GROUP



Building a better
working world



Mediasponsor



Sponsors

