

Magazine voor internationaal ondernemen

# wereld wijs

65  
06\2014

**The Insiders laten overal  
van zich horen**

Ligt de 'American dream'  
binnen handbereik?

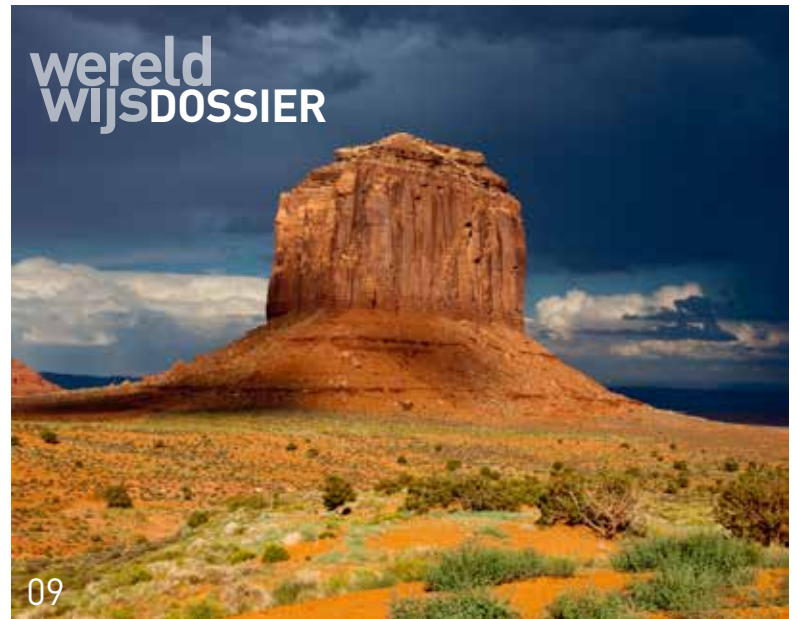
04



In gesprek met **The Insiders**

VS

Ligt de 'American dream' binnen handbereik?



Kom naar de  
prijsuitreiking  
van de Leeuw  
van de Export! 23

en verder ...

**3** Edito \ **8** Marktinformatie \ **21** Intussen ... \ **24** Gazellen krijgen steun bij aanwerving van export- of groeimanager \ **26** Helemaal mee met **btw** \ **29** Kalender \ **31** Tien slimme stappen voor internationaal ondernemen → Stap 6: stroomlijn uw logistiek en maak het verschil

## “Uitstekende handelsrelaties met de VS”

Beste lezer,

Al jarenlang onderhouden we met de VS een uitmuntende handelsrelatie. In 2013 kwamen de meeste buitenlandse investeringen in Vlaanderen uit de VS, 47 om precies te zijn. Op een totaal van 191 investeringsprojecten kan dat tellen.

Bovendien veroveren onze Vlaamse bedrijven ook hun plek in de Amerikaanse markt. Vorig jaar bekleedden de VS de vijfde positie op de lijst van Vlaamse exportbestemmingen.

Logisch dat de VS een belangrijke plaats innemen in onze dienstverlening en acties. Zo hebben we er – naast onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers in New York, Chicago, Atlanta en Los Angeles – ook twee technologieattachés: in San Francisco voor ICT, en in New York voor biotechnologie. Deze experts kennen de lokale markt als hun broekzak en bezorgen Vlaamse hoogtechnologische bedrijven gespecialiseerde informatie.

Bovendien organiseren we dit jaar, in navolging van het succes van ‘Azië voor beginners’, samen met UNIZO Internationaal ‘De VS voor beginners’. In het uitgebreide dossier over zakendoen in de VS verderop, ontdekt u meer over deze handelsmissie. Exporteurs met Amerikaanse ambities mogen deze actie niet missen.

In juli neemt Wereldwijs vrijaf, maar in augustus ligt dit magazine naar goede gewoonte weer in uw brievenbus. De Leeuw van de Export zal in dat volgende nummer de show stelen – iets om nu al naar uit te kijken.

Maar eerst wens ik u uit naam van FIT alvast een heel fijne zomer!

Claire Tillekaerts  
Gedelegeerd bestuurder  
Flanders Investment & Trade

## Colofon

Wereldwijs is een uitgave van

### Flanders Investment & Trade

Koning Albert II-laan 37  
1030 Brussel  
T 02 504 87 11  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
[wereldwijs@fitagency.be](mailto:wereldwijs@fitagency.be)  
[www.linkedin.com/groups](https://www.linkedin.com/groups)  
[twitter.com/fitagency](https://twitter.com/fitagency)

### 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 en Shutterstock

Lay-out en druk: Vanden Broele Productions

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

Wereldwijs wordt gratis verspreid onder bedrijven.

### Wenst u een exemplaar?

Stuur een mail naar [wereldwijs@fitagency.be](mailto:wereldwijs@fitagency.be) met uw adresgegevens.





# The Insiders

## laten overal van zich horen

De meest geloofwaardige reclame maken gebruikers onderling, zeker als een vriend vertelt dat hij een fantastisch product heeft ontdekt. Op dit ingebakken gedrag is het Antwerpse reclamebureau The Insiders gestoeld. Oprichter Bjorn Cassier focust volledig op de kracht van mond-tot-mondreclame voor consumentenproducten. Een slimme zet, want in deze niche groeide het jonge bedrijf internationaal uit tot marktleider.

The Insiders heeft kantoren in onder meer Frankrijk, het VK, Colombia, Peru en de VS, maar het Vlaamse hoofdkantoor is gevestigd in Berchem. Daar sprak Marc Van der Linden, Adviseur Internationaal Ondernemen van ons provinciaal kantoor Antwerpen, met oprichter en CEO Bjorn Cassier.

### Dicht het gat in de markt

**Marc Van der Linden:** "The Insiders is opgericht in 2009. Maakte 'word of mouth'-reclame (WOM) toen opgang?"

**Bjorn Cassier:** "Helemaal niet. De eerste virale filmpjes en flashmobs doken op en mijn toenmalige werkgever wilde iets soortgelijks. Het virale effect was hoofdzakelijk gebaseerd op humor of op stunts, zelden ging het over het product. Ze slaagden er vaak in om buzz te creëren, maar die ebde minstens even snel weg.

Op het werk – de internationale marketingafdeling van een grote consumentenmultinational – leidde ik een project om dit thema grondig te onderzoeken. Ik ontdekte dat een concurrerende con-

sumentenreus al jaren experimenteerde met WOM en dit op steeds grotere schaal toepaste in de VS. Ik sprak enkele agent-schappen aan, maar daaruit bleek dat WOM in Europa nog onontgonnen terrein was. Een tijdje later heb ik beslist om het gat in de markt zelf te dichten."

\\ Een snelle internationalisering spreidt op termijn de risico's."

### Uit de gouden kooi

**Marc Van der Linden:** "2009, dat is in volle crisisperiode. Bracht dat je niet aan het twijfelen?"

**Bjorn Cassier:** "Je moest eens weten! De zekerheid en het comfort van een vaste job in loondienst geef je niet zomaar op, zeker niet in economisch turbulente tijden. Uren heb ik gespard met vrienden en kennissen. Op een bepaald ogenblik besepte ik dat het risico vooral tussen mijn oren zat. Als het fout zou lopen,

had ik genoeg professionele ervaring opgebouwd om ergens anders opnieuw in dienst te treden."

\\ Je moet de lokale taal spreken en daarmee bedoel ik evenzeer de culturele taal."

**Marc Van der Linden:** "Viel, eenmaal de beslissing genomen, een last van je schouders?"

**Bjorn Cassier:** "Helemaal gerust was ik nog altijd niet. De opstartkosten waren stevig. In mijn eentje kon ik geen communitywebsite ontwikkelen, dus moest ik van bij de start aanwerven, wat het financiële risico nog groter maakte. In het begin voelde ik me soms zoals een hamster in een loopwiel. Gelukkig verbetert dat en wordt het leuker naarmate het bedrijf groeit. In 2012 stapte Bjorn Vandemeulebroucke in het bedrijf als partner. Ook hij heeft zijn sporen ruimschoots verdiend op de marketingafdeling van enkele multinationals. Als klant kende hij onze sterktes. Nu bouwt hij vanuit Colombia de Latijns-Amerikaanse markt uit."



## Als een lopend vuurtje

**Marc Van der Linden:** "Tegenwoordig is iedereen recensent op sociale media. Vormt dat geen concurrentie?"

**Bjorn Cassier:** "Voorlopig blijft ons model stevig overeind. Het verschil met bloggers en consumenten op sociale media is dat wij ook het offline gedeelte in goede banen leiden door een groep zelf het product te laten ervaren. We hebben een database met ongeveer 1,2 miljoen consumenten wereldwijd: onze 'insiders', die de producten testen, evalueren en aanbevelen als ze tevreden zijn. In België tellen we er ongeveer 100.000."



Stel, een fabrikant lanceert een nieuw waspoeder. Uit de kandidaten die zich aanmelden om aan deze campagne mee te werken, trekken we een steekproef die representatief is voor de beoogde doelgroep. De geselecteerde insiders krijgen een gratis proefpakket, maar moeten wel hun ervaringen gedetailleerd delen. Vergis je niet, daar kruipt werk in. Om de WOM op gang te brengen, krijgen de insiders stalen om uit te delen aan vrienden. Ook zij kunnen hun ervaringen online delen. Vaak koppelen we daar toffe wedstrijden aan, waardoor nog meer buzz ontstaat. En als die vrienden op hun beurt aan hun vrienden hun ervaringen vertellen, is de trein vertrokken."

## \\ Het risico zat vooral tussen mijn oren."

**Marc Van der Linden:** "Maar als een product negatief wordt onthaald, slingert een WOM-campagne toch als een boemerang terug?"

**Bjorn Cassier:** "Dat is uiteraard altijd een risico, maar als wij in beeld komen, heeft het product al een lange weg afgelegd op de marketingafdeling van de klant. De kans is groot dat consumenten ervan zullen houden."

## Mentale beloning

**Marc Van der Linden:** "Wie kan insider worden en hoe vinden jullie hen?"

**Bjorn Cassier:** "Iedereen kan insider worden en de zoektocht verloopt verbazingwekkend vlot. Het marktonderzoeksbureau Insites Consulting heeft het fenomeen WOM onderzocht. Uit die studie bleek dat het effect van sociale waardering zwaar doorweegt. Mensen vinden het fijn om een vriend een leuk, lekker of geweldig product te kunnen aanraden en te laten testen. Als die vriend je nadien vertelt dat ook hij er weg van is en je zelfs bedankt om hem dat product te leren kennen, zorgt dat voor een mentale boost."

## Ook WOM voor The Insiders

**Marc Van der Linden:** "Wanneer trok The Insiders de grens over en hoe ging dat in zijn werk?"

**Bjorn Cassier:** "Van bij de start: onze eerste campagne bestreek de Benelux. We hebben het geluk dat onze klanten enthousiast zelf WOM voorstellen op interne meetings. Vaak zijn daar collega's uit andere landen bij, die dat ook in hun markt zien zitten. Als dan wordt gevraagd wie dat soort campagne kan voeren, bevelen ze ons aan. Een snelle internationalisering kon dus in ons voordeel spelen en bovendien spreidt het op termijn ook risico's."



## \\ In het begin voelde ik me soms zoals een hamster in een loopwiel."

Na anderhalf jaar hadden we een kantoor in Frankrijk opgericht. Zo ging dat stap voor stap, land per land. De afgelopen twee jaar zaten we in een stroomversnelling, waarbij we in maar liefst acht landen kantoren hebben geopend."

## Spreek de lokale taal

**Marc Van der Linden:** "Waarom overal een kantoor oprichten? Kunnen jullie niet alles online vanuit Berchem aansturen?"

**Bjorn Cassier:** "In theorie zou dat kunnen, maar een Brit praat nog altijd liever met een Brit, een Peruviaan met een Peruviaan. Je moet de lokale taal spreken en daarmee bedoel ik evenzeer de culturele taal. In elk land is die anders, dat merk je duidelijk aan de voorkeuren voor een bepaald product. Zo is yoghurt met mokka de meest populaire smaak in Zwitserland. Daar beginnen wij niet van te watertanden."

Om een community op te bouwen en aan te spreken op de juiste toon, hebben we lokale medewerkers nodig. Wel onderhouden we korte communicatielijnen en tweemaal per jaar komen we een week samen om te evalueren, best practices te delen en nieuwe plannen uit te zetten."

## Groeien op eigen kracht

**Marc Van der Linden:** "The Insiders is vooral aanwezig in Europa en Latijns-Amerika. Staat Azië op de radar?"

**Bjorn Cassier:** "Azië is zeker een interessante markt, maar na onze expansie van de voorbije jaren, willen we eerst consolideren. Die boot houden we dus nog even af. We willen onszelf niet verbranden door te snel te groeien – die fout zie je al te vaak. Een nieuw kantoor openen kost bovendien geld."

Tot zover hebben we onze uitbreiding zelf gefinancierd, mede dankzij de subsidies van FIT. Door investeerders aan te trekken, zouden we snel groter kunnen worden, maar voorlopig willen we graag groeien op eigen kracht."

## Talent herkennen en koesteren

**Marc Van der Linden:** "Wat zijn voor jullie de grootste struikelblokken in het buitenland?"

**Bjorn Cassier:** "Dat varieert van land tot land. Brazilië is bijvoorbeeld hyperprotectivistisch. De oprichting van ons kantoor in São Paulo heeft een jaar geduurd. Maar



## —ID—

**Bedrijf:** The Insiders

**Sector:** reclame en marketing

**Opgericht in:** 2009

**Omzet in 2013:** ± 10 miljoen euro

**% van omzet 2013 gerealiseerd in het buitenland:** ± 80%

**Aantal medewerkers:** 55

**Hoofdkwartieren:**  
Berchem en Utrecht

### **Kantoren in:**

België, Nederland, Duitsland, Frankrijk, Spanje, Italië, Zwitserland, Griekenland, het VK, Argentinië, Colombia, Brazilië, Mexico, Peru, Chili en de VS

plots slaagden we erin om door te breken en vandaag is het een van onze succesverhalen.

De omstandigheden veranderen ook voortdurend. Zo wordt Spanje steeds minder rendabel voor ons.

Andere media hebben er hun prijzen zo zwaar laten zakken, dat wij er niet meer kunnen tegen opboksen. We zijn er nog aanwezig, maar onze Spaanse activiteiten staan op een laag pitje.

Wat overal een heikel punt is: de juiste mensen vinden. Dat is onze grootste belemmering. Goede medewerkers zijn van kapitaal belang. Mensen kunnen je bedrijf naar een hoger niveau tillen, maar evenzeer afremmen. Door de jaren heen heb ik met vallen en opstaan geleerd om iemand te laten gaan zodra je merkt dat het toch niet werkt

zoals verwacht. Vroeger ging ik daar veel emotioneler mee om en schoof ik pijnlijke beslissingen voor me uit, maar voor beide partijen is het beter om zo snel mogelijk knopen door te hakken.



**“Gebruik vrienden en collega-ondernemers als klankbord.”**

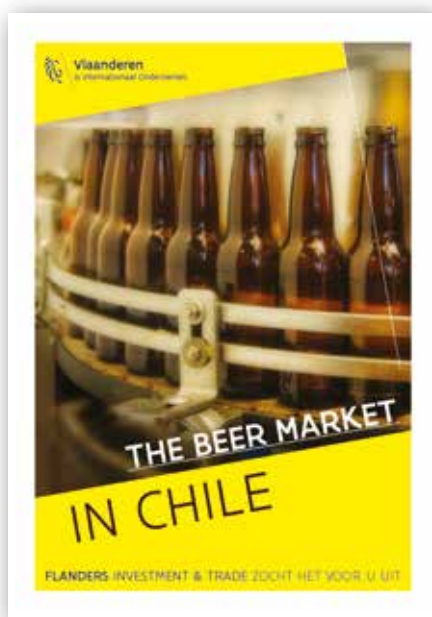
Ook je eigen bedrijfsstructuur kan op zeker ogenblik een rem betekenen. Een onderneming met 12 medewerkers runnen is anders dan één met 55 man. Af en toe stoten we tegen een plafond. Dan moeten we onszelf organisatorisch opnieuw uitvinden. Uit gesprekken met collega-ondernemers die min of meer hetzelfde traject afleggen, heb ik ontzettend veel geleerd. Intussen hebben we al drie keer onze organisatie grondig aangepast. Dat bleek telkens nodig om opnieuw vooruit te komen.”

### **Klaar voor de volgende stap in uw internationaliseringsproces?**

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

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](http://www.flanderstrade.be), onder de rubriek 'Marktinformatie'.

# Marktinformatie



↑

## The beer market in Chile

In de afgelopen jaren boemde de bierindustrie in Chili, nochtans een wijnland bij uitstek. Vandaag is bier er de meest gedronken alcoholische drank. Deze studie beschrijft kort de Chileense bierindustrie, haar evolutie, de belangrijkste marktspelers en trends.



↑

## Sportaccommodatie Olympische Spelen Tokio 2020

In deze marktstudie krijgt u een overzicht van de geplande bouwwerken voor sportaccommodatie. Als gastheer van de Olympische Spelen in 2020 zal Tokio zijn infrastructuur nog moeten aanpassen. Geïnteresseerde bedrijven moeten voldoende kennis en ervaring met de Japanse markt hebben.



↑

## Hernieuwbare energie in Frankrijk

Deze studie brengt het economische landschap van hernieuwbare energie in Frankrijk in kaart voor de Vlaamse exporteur. Zonne- en windenergie, biobrandstoffen, geothermische en marine-energie – kortom, alles wat onder de noemer cleantech valt – komen aan bod.

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





# VS

## Ligt de 'American dream' binnen handbereik?

Zakendoen in de VS, het blijft tot de verbeelding spreken. Want als u het daar kan waarmaken, lukt dat overal. Of komt er meer bij kijken? Wereldwijs sprak met experts en ervaringsdeskundigen.

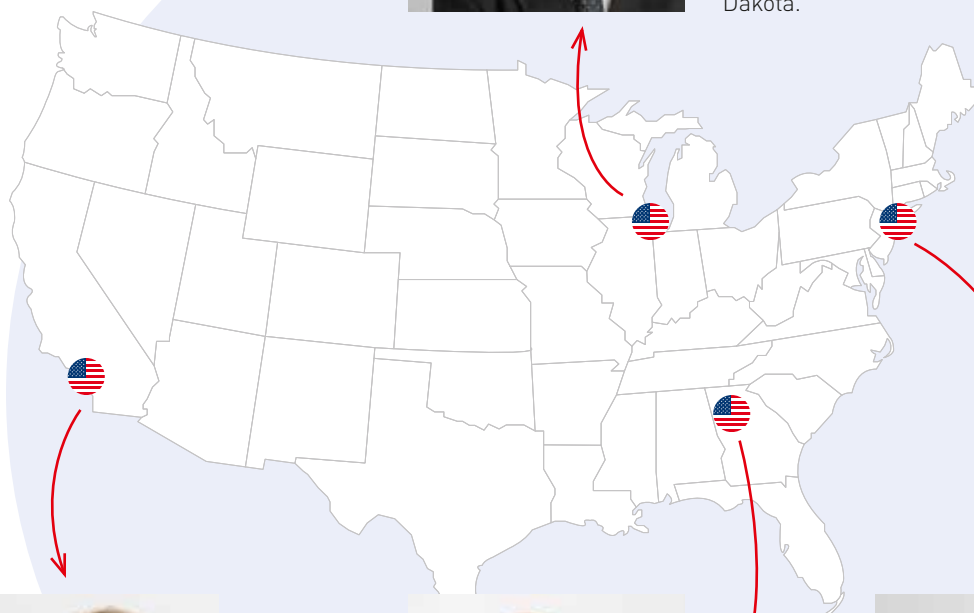
FIT heeft vier kantoren in de VS: in New York, Chicago, Atlanta en Los Angeles. Tonia Van de Vyver (FIT Los Angeles), Marc Struyvelt (FIT New York), Piet Morisse (FIT Chicago) en Wim Van Cauteren (FIT Atlanta) zijn onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) ter plaatse. Van daaruit helpen ze Vlaamse ondernemers om hun Amerikaanse exportplannen vorm te geven.

## Chicago



**Piet Morisse, VLEV in Chicago.**

Zijn werkterrein strekt zich uit over Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, Noord-Dakota, Ohio, Wisconsin en Zuid-Dakota.



## Los Angeles

**Tonia Van de Vyver, VLEV in Los Angeles.**

Tot haar jurisdictie behoren Alaska, Arizona, Californië, Colorado, Hawaï, Idaho, Montana, Nevada, New Mexico, Oregon, Utah, Washington en Wyoming. Ook helpt ze u zakendoen in Amerikaans Oceanië.



## Atlanta

**Wim Van Cauteren, VLEV in Atlanta.**

De staten Alabama, Arkansas, Florida, Georgia, Louisiana, Mississippi, Noord-Carolina, Oklahoma, Puerto Rico, Tennessee, Texas en Zuid-Carolina behoren tot zijn werkterrein. Daarnaast is Wim Van Cauteren ook verantwoordelijk voor uw ondersteuning in de Bahama's en Bermuda.



## New York

**Marc Struyvelt, VLEV in New York.**

Naast de staat New York, is Marc Struyvelt de aangewezen man om u te begeleiden in Connecticut, Delaware, Maine, Maryland, Massachusetts, New Hampshire, New Jersey, Pennsylvania, Rhode Island, Vermont, Virginia, Washington D.C. en West-Virginia.

# 's Werelds grootste economische supermacht: land van de mogelijkheden?

## Heeft jullie regio het zwaarste deel van de wereldwijde economische en financiële crisis achter de rug?

**Wim Van Cauteren:** "In mijn jurisdictie is Texas een van de economische zwaargewichten. De winning van schaliegas en -olie in de VS boomt. Vooral energie-, chemie- en petrochemiebedrijven uit Houston – de grootste petrochemische cluster ter wereld – profiteren daarvan. Dankzij de lage gasprijzen in de VS hebben (petro)chemische bedrijven een aanzienlijk competitief voordeel ten opzichte van Europa. Dat is duidelijk te merken aan de stijgende exportcijfers van chemische producten naar Europa. Omgekeerd importeert de VS minder chemische producten uit Europa. Op lange termijn valt het af te wachten hoelang die schaliegasboom nog zal duren. Verwacht wordt dat de winning binnen vijf à tien jaar zijn hoogtepunt nadert."

In Atlanta is de situatie iets minder rooskleurig, alhoewel er zeker sprake is van een rebound na de zware recessie. De werkloosheidsgraad en schuldenlast zijn gedaald, er wordt opnieuw geïnvesteerd in vastgoed. Maar Atlanta is vooral een logistieke hub. Hier is bijvoorbeeld de belangrijkste luchthaven ter wereld qua aantal passagiers gevestigd."

**Piet Morisse:** "Ook in mijn regio zie ik een economische heropleving. Meer mensen zijn opnieuw aan het werk. Niet zo evident, want in dit deel van de VS domineren de land- en mijnbouw en de industrie grote gebieden. Maar Chicago blijft een aantrekkelijke en interessante locatie. Dat zien ook veel wereldgiganten in als McDonalds, General Motors en P&G, die hier hun hoofdkwartier hebben gevestigd."


**Marc Struyvelt:** "Economisch gaat het New York voor de wind. Onlangs stak het zelfs Londen voorbij als financiële centrum van de wereld. En veel bedrijven halen hun productie terug uit Azië, nu schaliegas de energieprijzen doet dalen. Ook voor toeleveranciers houdt deze evolutie beloftevolle kansen in."

**Tonia Van de Vyver:** "Californië is de grootste economie van de VS. Als je de staat als een apart land zou beschouwen, zou het de achtste grootste economie van de wereld zijn. Dat betekent niet dat de crisis er geen impact heeft gehad. De werkloosheidsgraad piekte in Californië, op een bepaald ogenblik was het zelfs een van de hoogste van het land. Jobcreatie blijft een werkpunt, maar de trend van 'reshoring' – waarbij activiteiten uit China worden teruggehaald door de hoge loonkost en stijgende energieprijzen – zet ook hier merkbaar door."

## Kunnen ook Vlaamse ondernemers meesurfen op deze opwaartse economische trend en in welke sectoren?

**Marc Struyvelt:** "Zeker. Met het FIT-kantoor in New York focussen we op voeding, lifesciences, design en ICT, maar ook in andere sectoren maak je een goede kans. Het is vooral essentieel dat je over een kwalitatief product beschikt. Ik merk ook dat Vlaamse bedrijven meer en meer gevraagd worden om naar de VS te komen, vooral starters actief in de ontwikkeling van apps en software."

**Wim Van Cauteren:** "Voor elk nicheproduct dat goedkoper is, sneller kan worden geproduceerd of flexibeler bij de klant kan raken, is er plaats in de Amerikaanse markt. De invoerrechten in de VS zijn laag, gemiddeld 4%, dus dat is voor bedrijven mooi meegenomen. Wel



"Maak gebruik van de FIT-subsidie voor de oprichting van een buitenlands kantoor."





**“Neem je intrek in een door FIT erkend dienstencentrum. Misschien past je bedrijf perfect in de filosofie van Atelier Belcham in New York.”**

zal het vaak nodig zijn om een eigen vestiging in de VS op te richten. De regio's Atlanta en Houston zijn populaire vestigingslocaties voor Vlaamse bedrijven in het zuiden van de VS. Bedrijven die ook de Latijns-Amerikaanse markt willen bewerken, kiezen vaak voor Miami.”

**Tonia Van de Vyver:** “Ook ik zie nog tal van opportuniteiten voor Vlaamse bedrijven. Naar alles wat met ‘outdoor living’ te maken heeft, bijvoorbeeld, is een groeiende vraag. Californië is op het vlak van milieu het meest vooruitstrevend van de VS, de rest van het land hinkt nog achterop.

Na Silicon Valley in San Francisco, heeft nu Los Angeles zijn Silicon Beach. Daar verzamelen media, gaming en content-creatie. Tegenwoordig komen veel durfkapitalisten naar Los Angeles, wat wijst op het groeiende belang van Silicon Beach. En, minder bekend: alle bedrijven die met commerciële ruimtevaart bezig zijn, hebben een stek in Californië. In al die sectoren heeft Vlaanderen sterke spelers die hier zeker een rol kunnen spelen.”

**Piet Morisse:** “Met een goede prijs, de juiste presentatie en de geschikte partners kan je alles verkopen. Ook voor innovatieve producten is de interesse groot. Daarnaast heb je nog andere factoren als hoe snel lukt de levering en – belangrijk voor een Amerikaanse consument – waar

kan de klant terecht als het product niet voldoet? Om zo dicht mogelijk bij de klant te staan, beslissen vele buitenlandse ondernemers om een filiaal ter plaatse op te richten. Door het relatief korte tijdsverschil – 6 à 7 uur – kiezen de meeste Vlaamse ondernemers dan voor een locatie aan de oostkust.”

**De Amerikaanse markt is gigantisch. Moeten daarvoor de grote middelen worden ingezet?**

**Piet Morisse:** “Dat hangt af van wat je verkoopt of koopt, maar je moet sowieso je huiswerk maken. Wat ik zeker aanbeveel: bezoek een vakbeurs. Dat geeft je op korte tijd een goed beeld van de sector ter plaatse. Merk je dat lokale aanwezigheid noodzakelijk is om je business uit te bouwen, dan kan je in sommige gevallen aanspraak maken op een subsidie van FIT.”

**Marc Struyvel:** “Om uit te zoeken of een lokale poot nodig is, kan je ook kiezen voor een tijdelijk verblijf in een van de door FIT erkende dienstencentra. Dat zijn instapklare bureaus op een centrale locatie in een groeiemarkt die je voor een korte termijn voordelig huurt. Het laatste dienstencentrum dat FIT erkende, is Atelier Belcham in New York.

Veelal blijkt een lokale aanwezigheid – reëel of virtueel – noodzakelijk. Amerikaanse consumenten willen

immers de klok rond een aanspreekpunt voor het geval er een probleem opduikt met hun product. Daarvoor willen ze niet een bedrijf in Europa moeten contacteren. Nog een grotere voorwaarde voor succes in de VS, is volgens mij de juiste mentaliteit hebben. Sommige bedrijven beschikken over een goed product, maar weten niet hoe ze het in de markt moeten zetten. Vaak zijn ze te bescheiden, een eigenschap die wel vaker aan Vlaamse ondernemers wordt toegeschreven. Capabele en gedreven sales- en marketingspecialisten in huis halen, is dan ook een onmisbare stap.”

**Tonia Van de Vyver:** “Er bestaat geen algemeen geldende succesformule. Sommigen beginnen klein met één expat die de markt verkent, en bouwen gestaag hun aanwezigheid uit. Anderen pakken het meteen groots aan, met ineens een productinvesting en drie verkoopkantoren. Beide gevallen kunnen slagen of mislukken.”

**Piet Morisse:** “De VS is geen makkelijke markt, je moet het serieus en professioneel aanpakken. Ervaring met export in andere landen is absoluut aangewezen. Wil je onder begeleiding de Amerikaanse markt betreden, dan is ‘De VS voor beginners’, een initiatief van FIT en UNIZO Internationaal, een aanrader. In september organiseren we eerst een workshop,

in november volgt een groepszakenreis naar New York en Chicago. Ook de follow-up is in het programma opgenomen.”



**“Probeer het warm water niet uit te vinden, maar spreek de ervaring van collega-ondernemers aan.”**

### **De erkende dienstencentra van FIT: snel, eenvoudig en flexibel**

In erkende dienstencentra zorgt FIT – op toplocaties in het businesshart van de regio – voor een instapklaar kantoor. Alle faciliteiten zoals internet, telefoon, onthaal- en vergaderruimte, zijn aanwezig. Zo blijft u gespaard van de administratieve en logistieke rompslomp.

Als Vlaamse kmo kan u bovendien financiële steun krijgen van FIT wanneer u uw intrek neemt in een van deze erkende dienstencentra. Deze steun geldt voor een periode van minimum 3 en maximum 18 maanden, beperkt tot 2.000 euro per maand.

Surf voor meer info naar [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) en klik door naar de rubriek ‘Dienstencentra’.

Bieke Claes, directeur Belcham in New York, vertelt wat Belcham kan betekenen voor Belgische bedrijven.

## “Belgische bedrijven helpen om succesvol te zijn in de VS, dat is onze missie.”

“Om die missie te vervullen, bieden we zes diensten aan.

In ons strategisch businesscentrum kunnen Belgische ondernemingen die willen uitbreiden naar de VS, hun business development plan voorstellen aan een panel van ervaren ondernemers, bedrijfsleiders en potentiële investeerders uit ons netwerk.

Daarnaast speuren we met onze carrière-service naar de juiste profielen voor jouw onderneming en leveren we visa voor beloftevolle young professionals en stagiairs uit België en daarbuiten. Om te vermijden dat alleen die stagiairs met een lange arm erin slagen om naar de VS te komen, vragen we aan hogescholen en universiteiten om bijvoorbeeld via een wedstrijd hun drie beste studenten te selecteren, waarvoor wij dan een stageplaats zoeken. Op die manier garanderen we een hoge kwaliteit van stagiairs aan de bedrijven en krijgen jongeren kansen op basis van hun prestaties en capaciteiten.

Je kan bij ons ook terecht voor een introductie bij bedrijven met complementaire activiteiten of voor doorverwijzing naar kwalitatieve en betrouwbare boekhouders, advocaten, partners enzovoort. Die ‘business matchmaking’ doen we zowel op aanvraag als proactief.

Ook op onze events kan je je netwerk versterken. Zo organiseren we maandelijks

een ‘captain of industry’-sessie. Tijdens zo’n sessie beantwoordt een CEO tien persoonlijke vragen, een concept dat onze leden erg inspirerend en leerrijk vinden. We werken waar mogelijk ook samen met organisaties als FIT, ons event voor de biotechindustrie is een recent voorbeeld. Tot slot hebben we sinds enkele maanden ook Atelier, BelCham’s co-working space voor jonge Belgische bedrijven in New York. Wie vreest dat we daarmee beloftevolle starters willen weghalen uit België, kunnen we geruststellen. Wij verwelkomen bedrijven die van start-up naar scale-up aan het groeien zijn. Kandidaten moeten beschikken over gezonde financiën en ‘proof of concept’ kunnen aantonen, bijvoorbeeld via een bestaand

klantenbestand. Daarnaast vragen we hen ook om te verduidelijken hoe hun Amerikaanse activiteiten zullen bijdragen aan de economische stabiliteit en groei in België. Dat zijn onze drie officiële en makkelijkst meetbare criteria. Als vierde, officieus criterium vragen we hen wat zij de Atelier-community zouden bijbrengen. De rode draad in al onze activiteiten is kwaliteit, expertise en ervaring zo veel mogelijk te delen. We geloven rotsvast in het multiplicatoreffect van samenwerking. BelCham is een platform en gemeenschap waarbinnen – via samenwerking en uitwisseling – ondernemerschap en innovatie floreren en – via mentorschap – ondersteund worden.”



# AMERICA, YES YOU CAN!

UNIZO Internationaal  
Flanders Investment & Trade

## De VS voor beginners

Dit initiatief van FIT en UNIZO Internationaal mikt op kmo's die al actief zijn in export, maar nu hun pijlen op de VS willen richten. In november 2014 reist een delegatie Vlaamse bedrijven af naar New York en Chicago, waar onder

begeleiding van FIT nieuwe contacten worden gesmeed en afzetmarkten verkend.

Deze missie is geen losstaand initiatief, maar past in een breder programma. Een voorbereidende workshop in september

toont hoe u zich het best klaarstoomt voor deze groepszakenreis. Na de reis zorgt FIT voor de nodige opvolging.

Meer informatie vindt u op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be).

**Eddy Merckx Cycles nam als eerste bedrijf zijn intrek in Atelier Belcham. Het enthousiasme van Peter Vanham, Country Manager USA bij Eddy Merckx Cycles, schakelt meteen een versnelling hoger als we hem vragen naar zijn eerste ervaringen.**

## “Community van ondernemers die dezelfde ambities koesteren en elkaar helpen om die waar te maken”

“Eddy Merckx Cycles ontwikkelt, produceert, verdeelt en verkoopt koersfietsen. Onze kernmarkten zijn de Benelux, Frankrijk en Duitsland, maar we exporteren ook naar pakweg Maleisië. Via een distributeur zijn we al dertig jaar aanwezig in de VS en sinds vorig jaar hebben we ook een kantoor in New York, van waaruit we de distributie en verkoop in de VS aansturen.

De VS is een grote en groeiende high-end koersfietsmarkt. Amerikanen laten het geld weer makkelijker rollen nu de crisis voorbij is. Als ze iets zien dat ze leuk vinden, kopen ze het. Het ligt niet in hun aard om daarover lang hun hoofd te breken. Bovendien geniet de naam Eddy Merckx hier ontzettend veel respect en bewondering. Misschien zelfs nog meer dan in eigen land, waar minder persooncultus heerst, al vormt Eddy Merckx hierop een uitzonde-

ring. Amerikanen hebben een enorme waardering voor mensen die het maken. Dat kan op businessvlak zijn, maar ook een topatleet of wie wezenlijk bijdraagt aan de maatschappij, krijgt tonnen respect.

Alle omstandigheden zaten dus goed om de stap naar de VS te zetten. Via vroegere ervaring kende ik Belcham al jaren. Toen ze Atelier Belcham oprichtten, zijn we meteen op de trein gesprongen en hadden we de eerste desk in deze incubator. Ik vind het een geweldig initiatief! Je hebt de geborgenheid van een Belgische community, maar wel in een wolkenkrabber in hartje Manhattan.

De praktische ondersteuning bij de opstart is goud waard. We zijn niet de eerste starters in New York, dus waarom zouden we het warm water opnieuw uitvinden? Zo vond ik aanvankelijk geen verzekeringsmaatschappij

specifiek voor onze business. Tot iemand uit Atelier Belcham me doorverwees, en meteen was dat probleem van de baan. Ook onze boekhouder en advocaat hebben we zo gevonden.

Velen denken dat ze de VS kennen uit films en omdat het ook een westerse maatschappij is, maar de realiteit is fundamenteel anders. Zo respecteren en gehoorzamen Amerikanen de wet veel meer dan wij. Naast elkaar fietsen mag hier bijvoorbeeld ook niet. In Vlaanderen zie ik weinigen die zich daaraan houden, terwijl dat in de VS not done is. Ook op businessvlak houdt iedereen zich aan de regels.

Amerikanen zien alles groots, terwijl wij eerder het principe aanhouden van 'leer eerst stappen en ga dan pas lopen'. Een beetje investeren kennen ze niet, Amerikanen gaan er volledig voor. Om frustratie te vermijden, kan ik alleen maar aanraden om je te gedragen als een Amerikaan als je in de VS wil wonen en werken.”



“Haal capabele en gedreven sales- en marketingmensen in huis.”

# Aan de overkant van de oceaan: een wereld van verschil?

## Wat zijn de grootste uitdagingen voor Vlaamse ondernemers in de VS?

**Tonia Van de Vyver:** "Ook al reageren Amerikanen snel enthousiast op je idee en delen ze makkelijk informatie, toch zijn ze vreemd genoeg niet zo internationaal gericht en kopen ze eerder chauvinistisch. Als klant hebben ze bovendien torenhoge verwachtingen."

**Marc Struyvelt:** "Klopt, maak dus geen beloftes die je niet kan waarmaken. Vaak zien we dat bedrijven het logistieke proces onderschatten, waardoor producten niet op tijd worden geleverd. Dan krijg je geen

tweede kans. Ga dus in zee met een goede logistieke partner. Ook de selectie van de juiste distributeur is cruciaal. Vertrouwen geen verdelers of agenten die beweren dat ze je product nationaal kunnen verkopen en daarvoor exclusiviteit eisen. De VS is een continent. Een goede distributeur of agent werkt vrijwel altijd regionaal."

**Wim Van Cauteren:** "Ik merk dat veel Vlaamse ondernemers schrik hebben van de beruchte productaansprakelijkheid in de VS. Toch mag dat geen obstakel vormen.

Zorg er gewoon voor dat je zo vroeg mogelijk een advocaat bij je plannen betreft. Hij zal je adviseren over welk soort entiteit je het best opricht, welke verzekeringen je moet afsluiten enzovoort."

**Piet Morisse:** "Je advocaat zal je ook bijstaan in het opstellen van contracten. Vergis je niet. Ook al geeft de Amerikaanse zakenwereld een informele indruk, ze is vooral erg streng. Een contract is heilig en Amerikanen aarzelen niet om een proces aan te spannen."



"Vertrouw geen verdelers of agenten die beweren dat ze je product nationaal kunnen verkopen en die daarvoor exclusiviteit eisen."

## De nieuwkomer versus ...

**Wim Clays is Managing Director bij Afoheat, producent van industriële grillmachines voor de voedingsindustrie.**

## "Uitstekende ondersteuning door FIT bij onze intrede in de Amerikaanse markt"

"Voorlopig zijn we vooral actief in Europa, maar we richten onze focus nu ook op Thailand en de VS. Vorig jaar hebben we deelgenomen aan twee Amerikaanse voedingsbeurzen in Atlanta en in Chicago. De interesse was groot en om daarop in te spelen, hebben we sinds begin dit jaar in Michigan de entiteit Afoheat LLC opgericht. In de aanloopfase hebben we ontzettend veel steun gehad aan FIT, voor advies over het oprichten van een LLC (Limited Liability Company, of vennootschap met beperkte aansprakelijkheid) in alle fases en de juiste contacten op juridisch en boekhoudkundig vlak.

Met een Amerikaanse partner hebben we een 'gentleman's agreement' gesloten. In een deel van zijn pand hebben we een testlijn opgesteld. Onze technologie is zeer specifiek en nog weinig bekend in de VS. Daarom is het belangrijk dat we een locatie hebben waar we klanten en prospects kunnen uitnodigen en waar we hen onze technologie kunnen demonstreren. Daarvoor moesten we een plek in de VS hebben, want omwille van de jetlag willen Amerikanen liever niet op zakenreis naar Europa. Binnen de VS zijn verre afstanden dan weer helemaal geen probleem.

Voorlopig doe ik alles zelf. Per twee maanden ben ik gemiddeld twee tot drie weken in de VS. Ik heb mezelf twee jaar de tijd gegeven om de markt grondig te leren aanvoelen. De omstandigheden zitten alvast goed: de vleesconsumptie in deze regio is groot en in de VS wordt bijna alle voedsel gegrild, dus onze potentiële marktomvang is groot. Ik ben ervan overtuigd dat we de sleutel tot succes in handen hebben: met ons nicheproduct ingang vinden in een globale markt. Als we daarin slagen, ligt een gigantische afzetmarkt open."

## ... de ervaren ondernemer

**Brigitte Peleman-Vantieghem, CEO Peleman Industries, Inc., heeft al heel wat Amerikaanse marktervaring op de teller staan.**

### “The sky is the limit!”

“Ik ben de tweede generatie aan boord van Unibind, gespecialiseerd in bindapparatuur voor kantoor en thuis. Al van kindsbeen af wilde ik in de VS wonen. Wellicht werd die droom gevoed door de internationale wereld waarin ik mijn vader aan het werk zag. Onder zijn impuls kende ons familiebedrijf een echte exportboost, waardoor geregeld buitenlandse partners op bezoek kwamen. Toch stond het niet in de sterren geschreven dat mijn zus en ik ook in het bedrijf zouden stappen, we hebben onze plek zelf moeten verdienen. Vijftien jaar geleden trok ik naar de VS om er de markt te onderzoeken en werd Peleman Inc. opgericht. Het begin verliep niet van een leien dakje, maar de Kamer van Koophandel van Atlanta heeft ons toen uitstekend geholpen, onder meer met het vinden van een bedrijfsrevisor en advocaat. Eenmaal opgestart, was het best wennen aan de andere mentaliteit. Amerikanen aarzelen bijvoorbeeld niet om iemand aan te klagen voor zaken waaraan Vlamingen amper aandacht

zouden besteden. Maar, en dat is de positieve kant van de zaak, Amerikanen gunnen anderen evengoed succes. Grote klanten bieden bijvoorbeeld spontaan aan om een referentie zijn. Dat werkt bijzonder stimulerend.

Als je als expat wordt uitgestuurd door een groot bedrijf, wordt alles voor je geregeld. Dat was in mijn geval anders. Zo wist ik niet dat je als nieuwkomer geen kredietgeschiedenis hebt, wat het aanvragen van nutsvoorzieningen fors bemoeilijkt. Je bouwt kredietgeschiedenis op door een lokale kredietkaart te nemen. Telkens je daarmee betaalt, verhoog je je score. Een lage score betekent dat je alles op voorhand moet betalen. Veelal zijn dat stevige kosten, die je best incalculeert. Een hoge score daarentegen vergemakkelijkt tal van zaken. Zo leen je aan een gunstigere interestvoet bij de aankoop van een wagen of huis.

Daarom heb ik samen met enkele andere Vlaamse vrouwen die ook actief zijn in de VS een boek geschreven waarin we de

basisprincipes van leven en werken in de VS meegeven. Zeer praktische zaken die je advocaat je niet vertelt. Binnenkort wordt dit gepubliceerd.

Uiteraard helpen organisaties als FIT je met professionele vragen, we werken geregeld en goed samen met het FIT-kantoor in Atlanta. Maar zij geven slechts de aanzet, het scoren is aan jou.

Sinds kort woon en werk ik opnieuw in Vlaanderen en pendel ik naar de VS. Nu verloopt de aanpassing in omgekeerde richting. Zo moest ik voor een verbouwing wekenlang wachten op een offerte. Dat vind ik moeilijk te begrijpen, dat er niet met meer honger wordt gereageerd op potentieel nieuwe business!

In mijn bedrijfsvoering wil ik het beste van beide werelden: die constante drang naar verbetering, zonder het respect voor traditie te verliezen. Want ‘the sky is the limit’. Dat blijft met voorsprong het beste advies dat ik ooit gekregen heb over zakendoen in de VS.”

## Verre burens, goede vrienden?

### Welk imago heeft Vlaanderen?

**Tonia Van de Vyver:** “In Californië wonen veel Amerikanen die al heel wat afgereisd hebben. Meestal kennen zij ons land – dikwijls ook Vlaanderen – vaak hebben ze het zelfs al bezocht. Ook onze recente filmsuccessen als Rundskop en The Broken Circle Breakdown, die Oscarnominaties in de wacht sleepten, dragen bij tot onze bekendheid.”

**Piet Morisse:** “Ik vang geregeld op dat Vlamingen bekend staan als serieuze zakenlui die kwalitatieve en hoogtechnologische producten leveren. Dat daarvoor een navenante prijs wordt gevraagd, vinden ze maar normaal.”

**Wim Van Cauteren:** “België is zeker gekend. Weinigen weten dat, maar ons land is de negende grootste investeerder in de VS. Veel grote Belgische bedrijven als Barco, Solvay en Umicore, hebben hun Amerikaanse hoofdkwartier in Atlanta gevestigd. En dan uit onverwachte hoek misschien: Tomorrow World, de Amerikaanse editie van Tomorrowland, heeft enorm veel bekendheid gegenereerd en heeft zo bijgedragen aan een positief imago van Vlaanderen. Bovendien ken ik verschillende Vlaamse kmo's die meegewerkt hebben aan de Amerikaanse versie van het beste dansfestival ter wereld en na afloop door andere bedrijven zijn gevraagd.”





## Van de VS naar Vlaanderen

Het Amerikaanse FRX Polymers streek vorig jaar neer in Antwerpen. Die investering won de Investment of the Year Award 2013, een initiatief van FIT. President & CEO Marc Lebel vertelt waarom de keuze uitging naar Vlaanderen.

### “Als ik opnieuw moet kiezen, dan kies ik terug voor Vlaanderen”

“Toen we drie jaar geleden op zoek gingen naar een geschikte locatie in Europa om onze fabriek te bouwen, scoorde Vlaanderen het best op meerdere punten. Zo is na Houston Antwerpen de grootste chemiecluster ter wereld. Bovendien bood Bayer Material Sciences, dat twee van onze drie belangrijkste grondstoffen levert, ons een plek op zijn site in de Antwerpse haven, een van de grootste ter wereld. Van daaruit kunnen we de wereld bedienen. Beter kan je het

niet dromen.

Of toch, tijdens de bouw van onze fabriek wonnen we de Foreign Investment Award 2013 van FIT. Voor ons was die overwinning de kers op de taart. We waren echt in de wolken met deze erkenning.

Een jaar later zijn we nog altijd erg tevreden met onze keuze voor Vlaanderen. Meer zelfs, ik zou het zo opnieuw doen! Onze mogelijke bekommernissen waren: hoe vlot zal het verguningsproces verlopen, hoeveel ondersteuning zullen we

krijgen en hoe goed zal die zijn?

Beide zorgen bleken overbodig. Onze vergunningen waren zelfs sneller in orde dan gepland en de steun die we krijgen – van FIT, maar ook van andere organisaties – is geweldig.

Dat we de Foreign Investment Award 2013 van FIT hebben gewonnen, bleek een welgekomen duw in de rug. Als onbekende nieuwkomer is het niet altijd makkelijk om de juiste profielen aan te trekken, maar door de nieuw verworven naambekendheid liep onze rekrutering op wietjes.”



**“Ga in zee met een goede logistieke partner, je krijgt geen tweede kans als je je product te laat levert.”**



**“Bouw met een lokale kredietkaart een krediet score op.”**

## Van de VS naar België, of omgekeerd

Marcel Claes is Chief Executive van de American Chamber of Commerce (Amcham) Belgium, dat de internationale bedrijvengemeenschap van vooral Amerikaanse en Belgische bedrijven in België samenbrengt. Doel is het bevorderen van zaken- en investeringsopportuniteiten voor internationale bedrijven in België.

### “Dankzij dialoog versterken we de troeven van België nog meer”

“Onze leden zijn vooral Amerikaanse ondernemingen. We tellen ongeveer 30% Belgische bedrijven, die zich bij ons aansluiten onder meer omdat ze plannen hebben om te investeren in de VS.

We helpen door informatie te verstrekken en best practices te delen. Zo organiseren we sinds dit jaar eenmaal per kwartaal een meeting met CEO's rond bepaalde Amerikaanse thema's. Daarop deelt een of meerdere CEO's zijn visie op een onderwerp, zoals acquisities in de VS.

Op policy vlak ligt onze focus op competitiviteit, vereenvoudiging en voorspelbaarheid. Voorspelbaarheid vervangt het

vroegere 'stabiliteit', want die vlag dekte de lading niet. Stabiliteit betekent bestendigheid, maar ondernemers hebben geen problemen met verandering. Ze willen deze veranderingen alleen op voorhand kunnen incalculeren en niet, zoals in ons land weleens het geval is, dat de wet retroactief in werking is getreden. Die verzuchting horen we tegenwoordig alsmaar meer.

Rond deze drie pijlers werken we. We merken bijvoorbeeld dat de hoge arbeidskosten in België een veel acutere kwestie is geworden in de afgelopen jaren. Om dat probleem op de politieke agenda te zetten, gaan we lobbyen. Vroeger was dat eerder reactief, waarbij we in dialoog traden met de kabinetten, maar vorig jaar hebben we daarnaast het Government Relations Forum opgestart.

Daarop kunnen ondernemers en beleids mensen discussiëren over relevante topics. Tot zover is het een groot succes. Naast de roep naar

voorspelbaarheid en de aanpak van de hoge loonkosten, merken we een stijging in de vragen naar alles wat met energievoorziening en mobiliteit te maken heeft. Opvallend is ook het groeiende accent op een tekort aan talent. De nood aan wetenschappers, wiskundigen en ingenieurs is al langer bekend, maar nu vragen ondernemingen dringend mensen die innovatie, creativiteit en entrepreneurschap in de vingers hebben. Daar heeft het onderwijs een belangrijke rol in te vervullen. Opleidingen moeten in interactie met bedrijven treden, waardoor studenten die relevante professionele skills aangeleerd krijgen.

Internationaal leggen we de focus uiteraard meer op de troeven om in België te investeren dan op de pijnpunten. We willen geen buitenlandse investeerders afschrikken. Daarom bieden

we hen een uitgebalancheerde mix van informatie, waarin we verbeterpunten afwisselen met onder meer succesverhalen.”



“Betrek zo vroeg mogelijk een advocaat in je Amerikaanse plannen.”



“Probeer met een kwalitatief nicheproduct ingang te vinden in een globale markt.”

# Wat wint u bij een handelsakkoord tussen de EU en de VS?

TTIP (spreek uit als 'Tie-tip') staat voor het Transatlantic Trade and Investment Partnership. Vier luttele letters, maar mogelijk betekenen ze een wereld van verschil voor de handel tussen economische zwaargewichten EU en VS. Ook kmo's moeten er wel bij varen, dat krijgt een apart hoofdstuk in het verdrag.

Door het aantal handelsbarrières te verminderen, willen de EU en de VS een gigantische vrijhandelszone creëren. Handel drijven tussen beide machtsblokken wordt dan makkelijker en voordeliger voor Amerikaanse en Europese bedrijven. Maar het grootste bilaterale handelsakkoord ter wereld is nog niet in kannen en kruiken. De definiëring van 'handelsbarrière' ligt immers zeer breed op de onderhandelingstafel: van arbeidsrechten over milieuwetgeving tot consumentenbescherming.

## Meer handel, meer werkgelegenheid

De handel tussen de EU en de VS is momenteel goed voor ongeveer 2 miljard euro per dag. Mooi, maar het kan veel beter. Het Center for Economic Policy Research (CEPR) berekende in opdracht van de Europese Commissie wat de impact is als alle veiligheidseisen, milieuregels en productcertificeringen in beide regio's op elkaar worden afgestemd en bestaande protectionistische maatregelen vervallen. Vanaf 2027 zou de EU ongeveer 119 miljard euro per jaar meer kunnen verhandelen. En dat moet ongetwijfeld resulteren in extra jobs.

## Speciale aandacht voor kmo's

Ignacio Garcia Bercero, hoofdonderhandelaar van TTIP voor de EU, en zijn Amerikaanse tegenhanger Dan Mullaney willen het voor kmo's makkelijker maken

om voordeel te halen uit TTIP. Daarom reserveren ze een apart hoofdstuk in het verdrag dat gericht is naar kmo's. Een primeur voor de EU.

De meeste Europeanen en Amerikanen zijn immers tewerkgesteld in een kmo. Kleine en middelgrote ondernemingen vormen de ruggengraat van beide wereldeconomieën, verantwoordelijk voor zowat 99% van alle business in de EU. Net kmo's zullen baat hebben bij TTIP, omdat kleinere firma's minder middelen hebben om handelsbarrières te overbruggen dan de grote jongens.

## Mogelijke voordelen

De voordelen van TTIP voor bedrijven variëren naargelang product en sector. Enerzijds is de doelstelling om de al lage invoerheffingen verder te verlagen of te elimineren. Anderzijds – en veel belangrijker – moet TTIP niet-tarifaire barrières en harmonisatie van standaarden aanpakken. Een handelsakkoord zal de psychologische kloof tussen Europese en Amerikaanse ondernemers verkleinen. Trans-Atlantische coördinatie van productienormen en certificaten zou de openheid en transparantie vergroten, en overbodige kosten en administratieve vertragingen verminderen. Aan de douane zal de vereenvoudigde importwetgeving zorgen voor enorme tijdswinsten – en dus kostenbesparing. Met het wegvallen van invoer- en uitvoerrechten zullen Europese en Amerikaanse ondernemers tevreden zijn, onze

export zal floreren. TTIP zal ons in staat stellen de opportuniteiten van globalisering optimaal te benutten en zo werkgelegenheid te creëren aan beide kanten van de Atlantische oceaan.



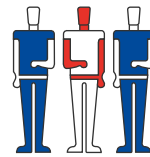
## Geduld gevraagd

Het TTIP is nog niet voor morgen, de onderhandelingen zijn volop bezig. Zodra het verdrag rond is, brengen we u op de hoogte in Wereldwijs, op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) en via onze socialemediakanalen Twitter (@fitagency) en LinkedIn.

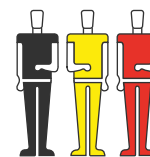
# Factsheet VS



OPPERVLAKTE  
9.629.091 KM<sup>2</sup>



AANTAL INWONERS  
316.668.567 (2013)



AANTAL BELGEN

ingeschreven in Atlanta: **4.331** (2013)  
ingeschreven in Los Angeles: **6.535** (2013)  
ingeschreven in New York: **9.765** (2013)  
ingeschreven in Washington: **2.108** (2013)



OFFICIËLE TALEN  
Geen, maar de overgrote meerderheid spreekt Engels.  
In de VS worden meer dan 320 talen gesproken.

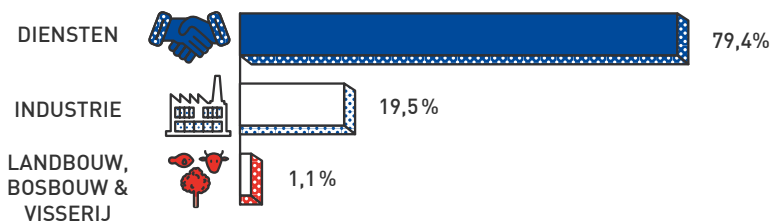


MUNTEENHEID  
AMERIKAANSE DOLLAR  
1 USD = 0,72 EUR  
(05/2014)



In de top 10 van beste universiteiten ter wereld prijken er **5 uit de VS**.  
(Times Higher Education World University Ranking – 2013)

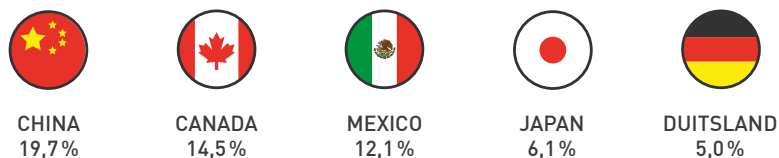
## Aandeel economische sectoren in bbp (2013)



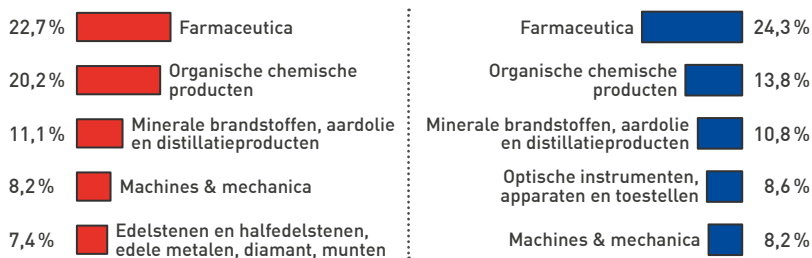
## Belangrijkste exportbestemmingen (2013)



## Belangrijkste leveranciers (2013)



## Vlaamse export naar de VS: €15 miljard (2013)



## Vlaamse import uit de VS: €21 miljard (2013)

### Meer weten over zakendoen in de VS?

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

# Intussen ...

**ViskoTeepak** produceert meer dan 2 miljoen kilometer worstenvellen per jaar. Daarvan wordt 99,7% uitgevoerd naar meer dan 100 landen. De vraag blijft stijgen, vooral uit Azië. Daarom investeert de eigenaar, de Finse groep Eriksson, 19 miljoen euro in de Lommelse vestiging. Daar komt een nieuwe afdeling, waar in 2015 25 nieuwe medewerkers aan de slag kunnen.

Het Leuvense onderzoekscentrum **imec** behoort tot de wereldtop in nano-elektronica. Onder meer het hoog aantal verkregen (201) en nieuw aangevraagde (124) patenten in 2013 bewijst dat. Ook sloot imec een reeks belangrijke contracten met bedrijven en instellingen in de gezondheidszorg, zoals met Janssen Pharmaceutica. Wereldwijd heeft imec samenwerkingsakkoorden met ruim 600 bedrijven en 200 universiteiten.

Het Belgische label **Ann Demeulemeester** heeft haar eerste winkel geopend op het Chinese Vasteland. Sébastien Meunier, de nieuwe creatieve directeur van het label, opende de winkel in Sjanghai officieel. Ook Ann Demeulemeester, die in november 2013 haar merk verliet, was aanwezig tijdens de lancering waarop de voorjaarscollectie werd voorgesteld. Naast deze nieuwe winkel op het Chinese Vasteland heeft Ann Demeulemeester ook winkels in Hongkong, Seoel en Tokio.

De Antwerpse fruit- en groentemultinational **Univeg** sloot een joint-venture met de Indiase reus Mahindra. Samen met het landbouwfiliaal Mahindra ShubhLabh zullen ze in heel India de volledige keten – van het veld tot in de winkel – optimaliseren. Doelstelling: een verhoogde efficiëntie en beperkte verliezen na de oogst. Univeg zorgt voor de technische kennis, de kwaliteitscontrole, de verwerking van de producten na de oogst en het rijpingsproces. Mahindra is verantwoordelijk voor de relaties met de boeren, het marketing- en distributienetwerk.

Twee Vlamingen leiden de nieuwe assemblagefabrieken van **Volvo Cars** in China. Allebei hebben ze jarenlang voor Volvo in Gent gewerkt. Sinds vorige maand is Benoit Demeunynck de nieuwe plant manager in Daqing. Daarvoor stond hij aan het hoofd van de assemblagefabriek in Chengdu, waar hij wordt opgevolgd door Luc Semeese. Zo worden alle Volvo-fabrieken buiten Zweden geleid door een Vlaming. Eric Van Landeghem staat sinds vorig jaar aan het roer van Volvo Cars Gent, de grootste assemblagefabriek van Volvo.



De Amerikaanse restaurantketen **Dunkin' Donuts** komt voor het eerst naar ons land. In de grootste steden van ons land wordt een vestiging gepland. Daarvoor zoekt de keten franchisenemers met voldoende kapitaal en een grondige marktkennis. Bedoeling is dat zij in de komende jaren minstens 20 à 25 filialen openen. Momenteel telt Dunkin' Donuts al meer dan 120 vestigingen in Europa.



# In het teken van de Leeuw!

'Het is gebeurd', zou een bekende Vlaamse regisseur en televisiepresentator zeggen. De uiterste inschrijvingsdatum voor de Leeuw van de Export is onherroepelijk verstreken, alle dossiers zijn in ons bezit. Momenteel neemt de vakjury die allemaal grondig door voor de eerste juryronde op 20 juni. Dan kennen we de kanshebbers voor deze felbegeerde exportprijs.

In juli neemt Wereldwijs een maand vakantie, maar in het augustusnummer stellen we de zes genomineerden kort voor: drie in de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers', en drie in de categorie 'Bedrijven met 50 medewerkers of meer'. Meer zelfs, in de volgende editie zal alles in het teken van de Leeuw van de Export staan. Het wordt, met andere woorden, een Leeuwennummer.

evenzeer dat deze prijsuitreiking samenvalt met het jaarlijkse netwerkevent van FIT, waarop het voltallige binnen- en buitenlandse netwerk van FIT aanwezig is. Bovendien komen traditioneel zo'n 750 collega-ondernemers naar dit evenement, allemaal met een uitgesproken interesse voor export. Netwerken wordt u zelden zo makkelijk gemaakt.

## 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

### Ontknoping in Gent

Begin september volgt de tweede en beslissende juryronde. Wie de kersverse Leeuwen zijn, blijft geheim tot woensdag 17 september. Dan vindt de prijsuitreiking plaats in de Bijloke in Gent. Ook de winnaars worden niet eerder op de hoogte gebracht. Zo blijft het spannend tot op het laatste moment.

### Welkom!

Als u er de vorige jaren ook bij was, weet u dat we de prijsuitreiking van de Leeuw van de Export telkens in een andere Vlaamse provincie houden. Dit jaar is het dus de beurt aan Oost-Vlaanderen. En dan weet u

### Inschrijven

Bent u er ook bij op 17 september in de Gentse Bijloke? Wil u in realtime zien wie de Leeuw van de Export 2014 wint en nadien netwerken met FIT en andere ondernemers? Eén adres: [www.leeuwvandeexport.be](http://www.leeuwvandeexport.be)!

### Meer weten over de Leeuw van de Export?

Stuur een mailtje naar [leeuwvandeexport@fitagency.be](mailto:leeuwvandeexport@fitagency.be).

# Gazellen krijgen steun bij aanwerving van export- of groeimanager

In het buitenland geldt de wet van de internationale concurrentie. Plots moeten bedrijven wedijveren met veelal zeer professionele spelers die een slimme strategie combineren met vernuftige marketingplannen en -tools. De Vlaamse regering reikt enkele hulpmiddelen aan om de strijd met gelijke wapens te voeren.

Sinds 1 april 2014 kunnen Vlaamse groeiende en internationaliserende bedrijven – de zogeheten ‘gazellen’ – genieten van een aanzienlijke loonkostenverlaging als ze een exportmanager of manager organisatie en groei aanwerven.

## Haal expertise in huis

Exporteren in het wilde weg kan dan wel het occasionele succes opleveren, duurzaam ondernemen is het niet. Daarvoor is strategisch inzicht en een gedetailleerd exportplan nodig. Dat impliceert een doorgedreven kennis van doelmarkt(en) en het uitstippelen van een doordachte marketingmix. Een exportmanager bundelt deze vaardigheden.

Maar het exportplan mag nog zo goed zijn, als de basis – uw onderneming – daar niet op is afgestemd, is het verspilde moeite. Een manager organisatie en groei licht uw bedrijfsstructuur door en doet voorstellen om de effectieve groei en de groeimogelijkheden van uw bedrijf te realiseren. Daarbij kunnen alle facetten van uw business aan bod komen zoals IT, het opzetten van een intern kennisbeheersysteem, een business-

modelinnovatie, hr, strategievorming, de organisatiecultuur, productie en niet-technologische innovaties.

## 10 miljoen euro

Voor deze ‘Aanwervingspremie’ heeft de Vlaamse regering 10 miljoen euro uitgetrokken. Concreet bedraagt de premie 50% van de personeelskost gedurende minimum 6 maanden en maximum 1 jaar, met een limiet van 20.000 euro.

Deze Aanwervingspremie is complementair aan de kmo-portefeuille, de subsidies voor opleidingen, (strategisch) advies, advies internationaal ondernemen, technologieverkenning en coaching.

Maak gebruik van deze financiële hefboomen van de Vlaamse overheid om u strategisch te versterken en nieuwe uitdagingen aan te gaan!

## Vraag het aan

Op [www.agentschapondernemen.be](http://www.agentschapondernemen.be) vindt u meer info en de inschrijvingsdocumenten voor zowel de Aanwervingspremie als de kmo-portefeuille.



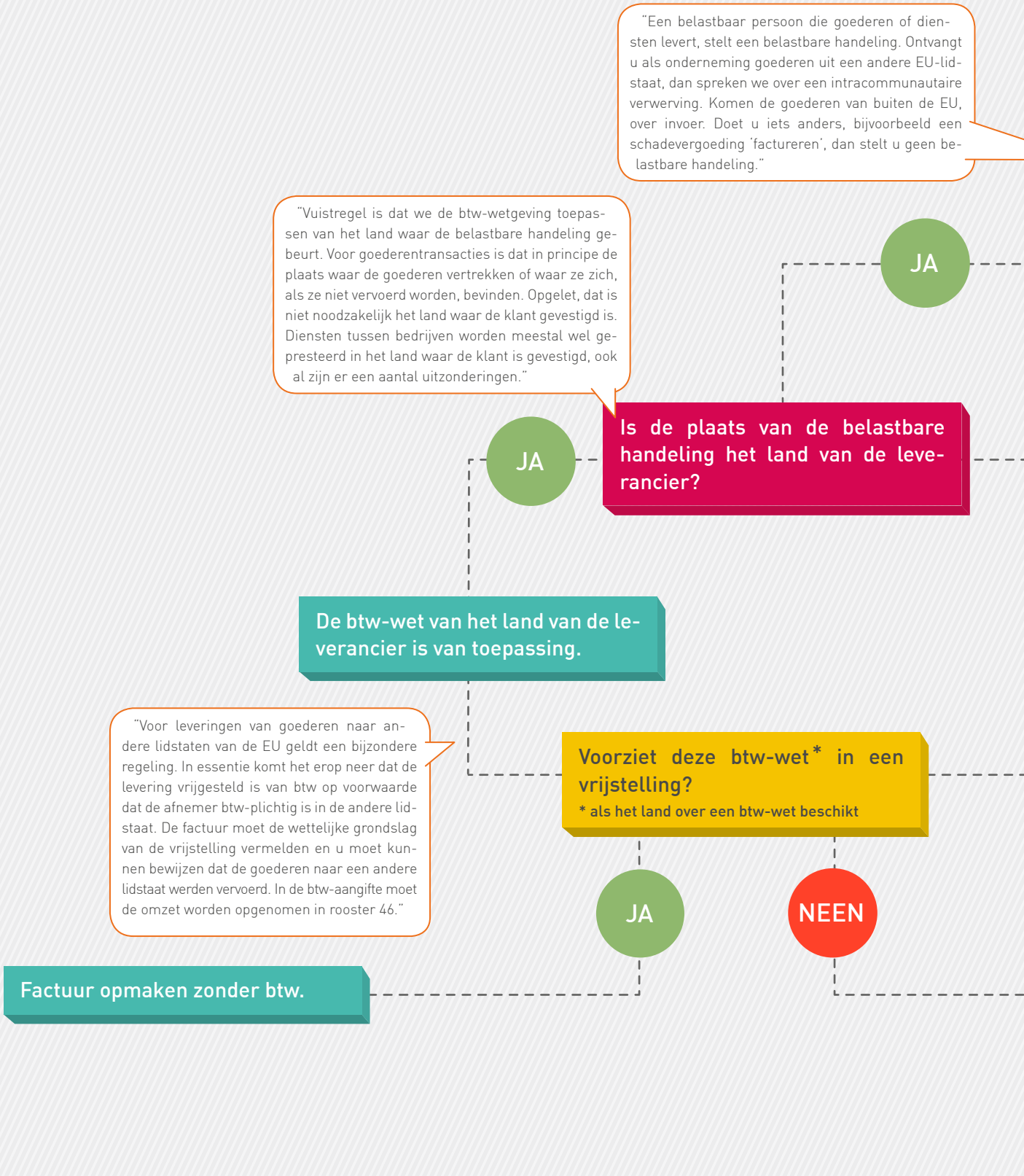


# Helemaal mee met **btw**



Wanneer u als ondernemer in eigen land goederen levert of diensten verleent aan een klant, dan weet u dat u btw in rekening moet brengen. Maar hoe zit het met de btw als u zaken doet met bedrijven in het buitenland? Voor een overzicht van de regels en praktische tips gingen we te rade bij Koen Vanheusden, directeur van het Agentschap voor Buitenlandse Handel.

Het Agentschap voor Buitenlandse Handel stipelde dit btw-parcours uit. Directeur Koen Vanheusden geeft tekst en uitleg bij de verschillende stappen.



**START  
HIER**



"Personen en entiteiten die over een btw-nummer beschikken, treden op als btw-ontvangers voor de schatkist van hun land. Met andere woorden, ze vervullen de rol van 'tollenaar'."

**JA**

**Is de leverancier van de goederen of diensten een voor de btw geregistreerde entiteit?**

**NEEN**

**Gaat het om een van onderstaande handelingen:**

- 1 levering van goederen
- 2 levering van diensten
- 3 intracommunautaire verwerving (uit EU-lidstaat)
- 4 invoer (uit een land buiten de EU)

**NEEN**

**De handeling valt buiten het toepassingsgebied van de btw-wet.**

**NEEN**

**De btw-wet van het andere land is mogelijk van toepassing.  
(EU-lidstaat of land buiten de EU)**

"Er zijn landen waar het btw-concept onbestaande is, in de VS bijvoorbeeld. En China kent het (nog) niet voor dienstprestaties."

**Er is btw verschuldigd.**

"Bevinden de verkochte goederen zich al in een ander land, dan moet de verkoper zich daar dikwijls registreren en de lokale btw-wetgeving volgen. Bij dienstprestaties aan een btw-plichtige klant binnen de EU is de 'regeling medecontractant' principieel van toepassing. Dat betekent dat er een factuur zonder btw wordt opmaakt met de vermelding 'btw verlegd' en het btw-nummer van de klant. Die zal de btw vervolgens in de plaats van zijn leverancier voldoen via zijn aangifte. Bij het leveren van diensten aan klanten buiten de EU moet nooit met btw worden gefactureerd, ook als de klant geen btw-plichtige is."

**Hoe moet de btw worden voldaan?**

- > Factuur opmaken met btw → registratie
- > Regeling medecontractant → klant moet voor de btw geregistreerd zijn

# 7 gouden btw-tips

## #1

Factureert u goederen zonder btw omdat er een vrijstellingsregel geldt, dan wordt er van u verwacht dat u hiervoor de nodige bewijzen kan voorleggen in de vorm van uitvoer- of transportdocumenten. Zeker wanneer uw klant instaat voor het vervoer, is dat niet altijd eenvoudig.

## #2

Is de 'regeling medecontractant' van toepassing, dan moet uw factuur het btw-nummer vermelden van de btw-plichtige klant naar wie de btw wordt verlegd. Dat geldt ook als u een vrijgestelde intracommunautaire levering wil doen. De geldigheid van buitenlandse btw-nummers kan u checken op [http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/vies](http://ec.europa.eu/taxation_customs/vies). Factureert u aan een klant buiten de EU, dan moet u geen btw-nummer van de klant op de factuur vermelden.

## #3

Stelt u belastbare handelingen in een ander land, dan bestaat de kans dat u zich daar moet registreren en een boekhouding moet voeren die aan de lokale vereisten voldoet. Ga daarvoor te rade bij een lokale boekhouder of bij uw klant.

## #4

Het btw-gebied van de EU valt niet volledig samen met het douanegebied. Uitzonderingen kan u checken op [http://europa.eu/legislation\\_summaries/taxation/l31057\\_nl.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/taxation/l31057_nl.htm)

## #5

Ook wanneer u de btw die naar u verlegd wordt integraal in aftrek kan brengen of wanneer u geen btw moet aanrekenen, moet u de omzet aangeven in uw periodieke aangifte. U mag de omzet dus niet zomaar achterwege laten. Leveringen van goederen naar andere EU-lidstaten moet u driemaandelijks aangeven in de opgave intracommunautaire handelingen of IC-listing.

## #7

Ook voor onder meer driehoeksverkeer en consignatiestocks binnen de EU gelden speciale regels, die van lidstaat tot lidstaat verschillen. Klop bij twijfel altijd aan bij een professioneel adviseur, zo komt u achteraf niet voor onaangename verrassingen te staan.

## #6

Webverkopers aan consumenten in andere EU-lidstaten moeten rekening houden met specifieke regels inzake afstandsverkoop.

## Prinselijke missie Colombia en Peru

18 tot en met 25 oktober 2014

Wat? Dankzij het prestigieuze karakter van deze missie legt u contacten op hoog niveau in Bogota en Lima. Wij zoeken voor u de geschikte partners en stellen een individueel afsprakenprogramma op.

Deze missie staat open voor alle sectoren, maar bijzondere aandacht gaat naar: infrastructuur, energie, constructie, agro-industrie en mijnbouw.

**INSCHRIJVEN?** Tot 18 augustus 2014 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Anke Vanderstappen op 02 504 88 24 of [anke.vanderstappent@fitagency.be](mailto:anke.vanderstappent@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. Beloftevol zijn: cleantech, gezondheidszorg, voeding en dranken, logistiek, bouw en infrastructuur, ICT/elektronica, olie en gas, en Islamic financing in Maleisië en banking technology in Singapore.

**INSCHRIJVEN?** Tot 26 september 2014 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Sabine Vincke op 02 504 87 41 of [sabine.vincke@fitagency.be](mailto:sabine.vincke@fitagency.be)

PRINSE-  
LIJKE  
MISSIES

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.

## Contactdagen VS en Canada

4 tot 10 september 2014

Antwerpen, Brugge, Gent, Hasselt en Vilvoorde

**INSCHRIJVEN?** Tot 9 september 2014 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

CONTACT-  
DAGEN

## Emballage Parijs

17 tot en met 20 november 2014

Wat? Business, innovatie en toekomst zijn de sleutelwoorden van deze internationale verpakkingsbeurs.

**INSCHRIJVEN?**

Tot 15 juni 2014 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Katty De Vos op 02 504 87 14 of [katty.devos@fitagency.be](mailto:katty.devos@fitagency.be)

GROEPS-  
STAND

## Aankopers Franse doe-het-zelfketen Mr. Bricolage Brussel

30 oktober 2014

Wat? Gericht op Vlaamse bedrijven actief in innovatief bouw materiaal die willen verkopen in Mr. Bricolage. Inschrijving is geen garantie op deelname. Mr. Bricolage kiest welke kandidaten ze willen ontmoeten tijdens een individueel zakengesprek. Betaling is alleen verschuldigd bij selectie.

**INSCHRIJVEN?** Tot 17 juni 2014 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Barbara Tieleman op 02 504 88 87 of [barbara.tieleman@fitagency.be](mailto:barbara.tieleman@fitagency.be)

UIT-  
NODIGING

## PSB- STANDEN

### Airshow China **Zhuhai**

11 tot 16 november 2014

Wat? De China International Aviation & Aerospace Exhibition of kortweg Airshow China vindt om de twee jaar plaats in Zhuhai, bij Hongkong. Het is de enige internationale luchthavenbeurs in China die officiële steun geniet van de overheid. In navolging van een eerdere deelname in 2012 van de Vlaamse en Waalse lucht- en ruimtevaartverenigingen FLAG en SKYWIN, organiseren FIT en AWEX dit jaar voor het eerst een eigen Product Sample Booth (BSP) op Airshow China. Bij voldoende interesse zullen we bovendien diverse randactiviteiten voorzien.

**INSCHRIJVEN?** Tot 30 juni 2014 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

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

### Wind Energy **Hamburg**

23 tot 26 september 2014

Wat? Wind Energy Hamburg is een nieuw tweejaarlijks initiatief dat focust op de volledige waardeketen van de internationale windindustrie. Samen met AWEX organiseren we er een groeps/PSB-stand.

**INSCHRIJVEN?** Tot 9 juli 2014 op

[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Bea Kestens op 02 504 88 38

of [bea.kestens@fitagency.be](mailto:bea.kestens@fitagency.be)

### VS voor beginners **New York en Chicago**

november 2014

Wat? U exporteert al binnen Europa en de Amerikaanse markt spreekt u wel aan? Zet onder begeleiding uw eerste stappen in de VS (New York en Chicago).

- 1) Workshop september 2014: u wordt klaargestoomd voor de start van uw export naar de VS en voor uw deelname aan de groepszakenreis.
- 2) 'VS voor beginners'-groepszakenreis november 2014: tijdens deze handelsmissie coachen onze VLEV's ter plaatse u persoonlijk.
- 3) Nazorgsessie: FIT adviseert u bij de opvolging van uw nieuwe zakencontacten.

**INSCHRIJVEN?** Tot 15 augustus 2014 op

[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Anke Vanderstappen op 02 504 88 24 of

[anke.vanderstappen@fitagency.be](mailto:anke.vanderstappen@fitagency.be)

### High Tech **Zuid-Korea en Taiwan**

28 september tot 4 oktober 2014

Wat? Sleutelsectoren van de Taiwanese en Zuid-Koreaanse economie zijn halfgeleiders, ICT, IT, groene energie en gezondheidszorg. Tijdens deze missie ligt de focus dan ook op technologie, innovatie en R&D.

**INSCHRIJVEN?** Tot 1 augustus 2014 op

[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

**CONTACT?** Michèle Surinx op 02 504 87 91 of

[michele.surinx@fitagency.be](mailto:michele.surinx@fitagency.be)

## GROEPS- ZAKEN- REIZEN

# AMERICA, YES YOU CAN!

UNIZO Internationaal  
Flanders Investment & Trade

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

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

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

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

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

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



# Stroomlijn uw logistiek en maak het verschil

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 'Breng de financiële fingerprint van uw doelmarkt in kaart' aan de beurt, dit keer zoomen we in op logistiek.

Veel bedrijven beschouwen logistiek als een noodzakelijk kwaad. Volledig ten onrechte, want met een doordachte logistieke dienstverlening maakt u wel degelijk het verschil. Het vormt immers het sluitstuk van uw verkoopproces, want dankzij logistieke processen komen uw goederen fysiek bij uw klant terecht. Bovendien kan u flink besparen door uw bestaande processen tegen het licht te houden en te verbeteren.

Met de FIT-publicatie 'Stroomlijn uw logistieke activiteiten... en verleg grenzen' bieden we u een leidraad om uw logistieke operatie in detail uit te tekenen, te optimaliseren en er competitief voordeel mee te halen. We bespreken achtereenvolgens het globale kostenplaatje, verpakking, magazijnbeheer, vervoersmodi, transportrisico's en douaneformaliteiten. Afsluiten doen we met een handige checklist voor exporteurs.

## Meer informatie over logistiek in een internationaal perspectief?

Op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) kan u gratis het boekje 'Stroomlijn uw logistieke activiteiten... en verleg grenzen' bestellen of downloaden in pdf-formaat. Of stel uw vragen aan ons provinciaal kantoor in uw buurt. Op dezelfde website vindt u alle contactgegevens.

## Negen tips voor slimme logistiek

1. Ga na of uw product klaar is voor export: kan u het aan de man brengen in uw doelmarkt? Voldoet het aan alle vereisten? Is uw productverpakking aangepast?
2. Kies voor de optimale exportverpakking naargelang uw goederen, uw gekozen transportmiddel, uw doelmarkt.
3. Maak een grondige analyse van uw verschillende vervoersmogelijkheden: ga na wat voor- en nadelen zijn van de diverse vervoersmodi en kies doordacht.
4. Zorgt u voor eigen vervoer, of gaat u in zee met een expediteur? Weeg voor- en nadelen, kosten en risico's af.
5. Uw voorraad is een groot kapitaal. Ga na waar in de keten u voorraad houdt en hoe u die kan optimaliseren.
6. Informeer u over de douanereglementering van uw doelmarkt en verreken de bijbehorende kosten in uw verkoopprijs.
7. Kies voor de meest geschikte Incoterms en zorg ervoor dat uw exportdocumenten in orde zijn.
8. Overweeg, naargelang uw goederen en de gekozen Incoterms, de meest geschikte transportverzekering.
9. Versnipperde logistiek betekent een versnipperd kostenplaatje. Breng uw volledige operatie gedetailleerd in kaart, ga na waar de grote kostenposten zitten en hoe u die kan optimaliseren.



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](http://www.leeuwvandeexport.be)



**FLANDERS INVESTMENT & TRADE**



Vlaanderen  
in Actie  
Pact 2020

Hoofdsponsors



MEMBER OF THE  
CREDENDO GROUP



Building a better  
working world



Mediasponsor



Sponsors

