

Magazine voor internationaal ondernemen

# wereld wijs

62  
03\2014

Magazine van Flanders Investment & Trade, Afgitekantoor Gent-X, BC21170 Koning Albert I-laan 37, 1030 BRUSSEL tel. 02 504 87 11 www.flandersinvestmentandtrade.be info@fitagency.be

**Windiam schittert wereldwijd**

Frankrijk: du pain, du vin ...  
en zakenkansen

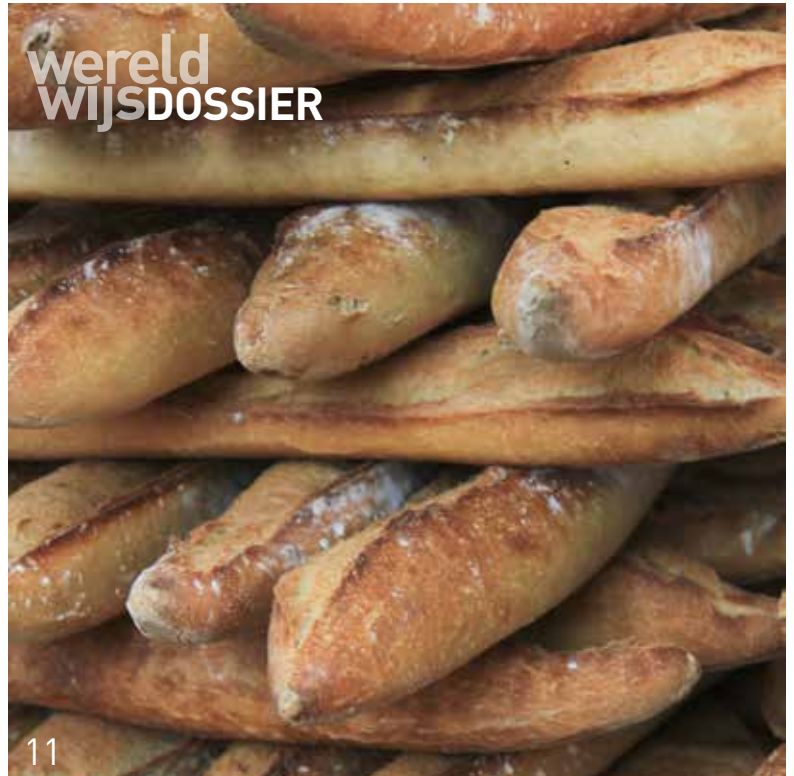


04



In gesprek met Windiam

**Frankrijk:** du pain, du vin...  
en zakenkansen



\\ Dankzij onze  
technologie kijken  
meer dan drie miljard  
mensen dagelijks  
naar de televisie.” 10

en verder ...

**3** Edito \ **8** Marktinformatie \ **10** Intussen... \ **21** Leeuw van de Export: brult uw onderneming op het podium? \ **22** Genomineerden **Investment of the Year Award 2014** zijn bekend \ **24** Kalender \ **27** Tien slimme stappen voor internationaal ondernemen → Stap 3: verzorg uw research

## “Uitzonderlijke prestaties in internationaal ondernemen verdienen een bekroning”

Beste lezer,

Zoals u misschien al weet, heeft FIT een dubbele missie. Enerzijds stimuleren, informeren en begeleiden we Vlaamse ondernemers zoals u om te exporteren. En anderzijds trekken we buitenlandse investeerders aan om te kiezen voor Vlaanderen. Voor beide opdrachten telt elk project, hoe klein of groot ook.

Omdat mooie dossiers een inspiratiebron kunnen zijn voor collega-ondernemers, zetten we die op meerdere manieren in de kijker. In dit Wereldwijs-magazine bijvoorbeeld, maar ook met onze jaarlijkse evenementen: de Leeuw van de Export en de Foreign Investment Trophy.

Tijdens de Foreign Investment Trophy belichten we enkele uitzonderlijke buitenlandse investeringen uit het voorbije jaar. Eén daarvan zal de Investment of the Year Award mee naar huis mogen nemen. U kan mee bepalen welk project dat wordt. Hoe dat in zijn werk gaat, leest u verderop in dit nummer.

Ook de aftrap voor de Leeuw van de Export is gegeven. Daarbij bekronen we twee Vlaamse bedrijven, een grote en een kleine speler, die in 2013 buitengewone exportresultaten op hun conto schreven. Denkt u zeker in aanmerking te komen voor die titel van Leeuw van de Export? Mis dan de volgende edities van Wereldwijs niet, want daarin geven we telkens praktische tips en tricks mee om een overtuigend dossier op te stellen.

Misschien bent u daar nog niet aan toe, en overweegt u pas uw eerste exportstappen. Dan is buur Frankrijk een excellente keuze. La douce France is immers de derde belangrijkste handelspartner van Vlaanderen. Doe uw voordeel met het advies van ervaringsdeskundigen, en dat zijn er heel wat. We bundelen in dit nummer enkele raadgevingen in het dossier Frankrijk. Uiteraard staan we ook paraat als u een andere doelmarkt in gedachten heeft. Spreek er onze medewerkers in onze provinciale kantoren over aan, zij zetten u graag op de goede weg!

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

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.







# Windiam: met het juiste netwerk de wereld rond

Wie diamant zegt, spreekt over Antwerpen, het wereldcentrum voor de handel in het kostbare kleinood. Dagelijks passeert gemiddeld voor 200 miljoen dollar aan ruwe diamant in de Antwerpse diamantwijk. In 2013 verhandelde de Antwerpse diamantindustrie 42,3 ton diamant, goed voor 55 miljard dollar. De beveiliging is dan ook navenant. Het diamantkwartier lijkt haast een versterkte burcht, met camera's, slagbomen en permanente politiebewaking. Ook in de gebouwen – waar vaak meerdere bedrijven zijn gevestigd – gelden bijzonder strenge veiligheidsmaatregelen. Dat ondervonden we tijdens ons bezoek aan Windiam.

Windiam is in 1991 opgericht door Alex Jaffe en Gon Raz. Beiden zijn geboren en getogen in families die al generaties lang actief zijn in de diamantsector. Diamant is hun kennisdomein, voor de dagelijkse leiding van het bedrijf hebben ze drie jaar geleden Yigal Abend aangetrokken. Hij ging een gesprek aan met Marc Van der Linden, Adviseur Internationaal Ondernemen van ons provinciaal kantoor Antwerpen.

**“Vertrouwen opbouwen is een werk van lange adem, maar onontbeerlijk, dus daar moet je stevig in investeren.”**

## Business as usual

**Marc Van der Linden:** “Ook al is diamant een van de sterkhouders van onze economie, toch kampt de sector met een niet te best imago bij het grote publiek. Hoe gaan jullie daarmee om?”

**Yigal Abend:** “Onze sector komt inderdaad vaak in de media met negatieve verhalen over overvallen, fraude en bloeddiaman-

ten, maar die behoren niet tot de normale gang van zaken. Ik kom uit de financiële wereld, voordien werkte ik onder meer bij Arthur Andersen en Petercam, en daar heb ik ondernemingen uit de meest uiteenlopende sectoren doorgelicht. In vergelijking hiermee is diamant geen buitenbeentje, behalve het opvallende vertrouwen waarmee wordt gehandeld. Soms worden grote transacties bij wijze van spreken bezegeld met een krabbel op een papiertje.

Binnen onze kantoren is de beveiliging strikt, maar we kopen en verkopen hier dan ook kostbare waren. Ook al is onze stock op kantoor niet zo groot, toch willen we geen onnodige risico's nemen. Bovendien verplicht de verzekering ons om alle maatregelen te treffen.”

## Trend naar meer professionalisering

**Marc Van der Linden:** “Diamant is een internationale sector, was Windiam al van bij de start zo gericht op export?”

**Yigal Abend:** “Nee, dat ging stap voor



stap. In het begin handelden we vooral binnen Antwerpen. Later begonnen we samen te werken met andere collega-bedrijven, ook in andere landen. Zo bouwden we een netwerk op in Afrika, waardoor we er na verloop van tijd ook ruwe diamant konden kopen. Dat vertrouwen opbouwen is een werk van lange adem, maar onontbeerlijk, dus daar moet je stevig in investeren.

**“Vakbeurzen zijn de meest geschikte manier om nieuwe klanten aan te trekken.”**

In de voorbije jaren onderging de sector meer professionalisering, waardoor veel kleinere bedrijven hebben afgehaakt. Ook bij Windiam hebben we die professionalisering doorgevoerd, door onze klanten een centrale rol toe te bedelen. Naast juweliers zijn dat fabrikanten die voor grote internationale uurwerkmerken creaties maken en bedrijven die in opdracht van andere producenten fabriceren.”

## Inzetten op klantenrelaties en expertise

**Marc Van der Linden:** "Waarin verschilt Windiam van zijn concurrenten?"

**Yigal Abend:** "Voor sommigen lijkt diamant een identiek product, maar net zoals je bij auto's veel verschillen hebt – kleur, grootte, pk, brandstof enzovoort – bestaat ook diamant in vele kleuren, vormen en kwaliteiten. Wij maken vooral ook het verschil door de service die we onze klanten bieden in hun zoektocht naar de juiste diamant."



We zijn globaal actief, maar leggen tegelijk een sterk lokale focus. Naast onze werknemers die vanuit Antwerpen de verkoop in Europa – uitgezonderd Italië – verzorgen, hebben we ook medewerkers zitten in Hongkong, om de Aziatische markt te bewerken. Voorts bedienen onze collega's in Ramat Gan de Israëlische markt, die in New York de VS, en in Marciase Italië.

## \\ In vergelijking met andere sectoren is diamant geen buitenbeentje, behalve het opvallende vertrouwen waarmee wordt gehandeld."

De voorbije jaren hebben we enorm geïnvesteerd in het opzetten van die verkoopstructuur en in personeel. Maar dan begint het nog maar. Nogmaals, in onze sector staat of valt alles met vertrouwen, een solide klantenrelatie is cruciaal. Wekelijks bezoeken onze account managers hun klanten, die altijd een beroep op ons kunnen doen voor opleidingen. Bovendien werken we samen met zo'n vijftig directe partners of distributeurs wereldwijd. Dankzij dat breed vertakte netwerk kunnen we overal kort op de bal spelen en de wensen van onze klanten inwilligen, zodat zij tevreden zijn. Het is fijn als je inspanningen ook vruchten afwerpen. Dat is niet onopvallend voorbijgegaan, want vorig jaar staken we de nominatie op zak voor de Trends Gazellen 2013, in de categorie snelst groeiend groot bedrijf in de provincie Antwerpen.

Daarnaast staat Windiam even sterk in gepolijste en ruwe diamant, terwijl de expertise meestal beperkt blijft tot een van beide. Daardoor bestrijken we het volledige spectrum en is ons aanbod allesomvattend, wat opnieuw onze klanten ten goede komt."

## Onbekend terrein

**Marc Van der Linden:** "Zijn er markten waar Windiam bewust niet actief is?"

**Yigal Abend:** "Diamant heeft als voordeel dat je het overal ter wereld kan verkopen. Maar het opzetten van een eigen verkoopkantoor is duur en vergt tijd."

Sowieso maakt dit deel uit van een langetermijnstrategie – het eerste jaar moet je niet rekenen op winst. Als dan bovendien de wetgeving erg complex is of er hoge heffingen gelden zoals in Zuid-Amerika, is dat een reden om de markt vooralsnog links te laten liggen. Ook staan we niet te springen om in gevaarlijke landen actief te worden. De veiligheid van onze medewerkers staat altijd voorop."

## Traditie en innovatie

**Marc Van der Linden:** "De baseline van Windiam is 'Combining the traditions of the diamond industry with innovation since 1991'. Hoe vertalen jullie innovatie concreet?"

**Yigal Abend:** "Voor ons betekent innovatie nieuwe markten openen. Daarvoor krijgen onze medewerkers veel vrijheid en budget om initiatieven te ontwikkelen. Om een event te organiseren voor een klant bijvoorbeeld, of ondersteuning te bieden bij andere marketing- en activiteiten. Slaat dat in pakweg het VK aan, dan kunnen we dat ook herhalen in andere markten."

## Tijd om de fakkel door te geven?

**Marc Van der Linden:** "Antwerpen wordt ook 'the Diamond City of the World' genoemd, in welke mate kan de stad die titel vasthouden nu ook andere kapers op de kust krijgen?"



**Yigal Abend:** "Voorlopig kunnen we nog terugvallen op onze ijzersterke reputatie, maar daar kunnen we niet op blijven teren. De wereldwijde financiële en economische crisis heeft ook hard toegevoerd in onze sector, waardoor almaar kleinere marges gelden. Door de hoge loonkosten in eigen land, zijn veel ateliers verhuisd naar landen als India. Traditioneel hebben we een nauwe handelsrelatie met India, maar Indiase diamantbedrijven

## \\ Om de aantrekkingskracht van Antwerpen als diamantcentrum van de wereld opnieuw op te krikken, zijn fiscale en financiële veranderingen nodig."

kiezen meer en meer voor Dubai, dat hen lokt met een erg gunstige fiscale regeling. Dan trekt Antwerpen aan het kortste eind. Bovendien zijn onze banken steeds minder happig om samen te werken met diamantbedrijven. Ze willen immers niet geassocieerd worden met onfrisse praktijken als fraudezaken en het verhandelen van bloeddiamanten. Zeer begrijpelijk, maar zo verpesten enkele rotte appels het voor de rest. En dat terwijl de samenwerking met banken cruciaal is in onze sector."

**Marc Van der Linden:** "Is die trend omkeerbaar volgens jou?"

**Yigal Abend:** "Om de aantrekkingskracht van Antwerpen als diamantcentrum van de wereld opnieuw op te krikken, zijn fiscale en financiële veranderingen nodig. Want ook al wil je als diamantbedrijf in Antwerpen blijven, als iedereen vertrekt, moet je op een gegeven moment volgen."

## Goud waard

**Marc Van der Linden:** "Dat Antwerpen zijn eigen schepen voor Diamant heeft, geeft aan hoe belangrijk de stad de sector acht. En diamant speelt vaak een grote rol in buitenlandse handelsmissies. Levert dat snel resultaten op?"



## —ID—

Bedrijf: Windiam

Sector: diamant

Opgericht in: 1991

% van omzet 2013 gerealiseerd  
in het buitenland: ± 95%

Aantal medewerkers: ± 30

Hoofdkantoor: Antwerpen

Verkoopkantoren in:  
Hongkong, Israël, Italië, de VS

Directe partners: ± 50

Actief in: 23 landen



**Yigal Abend:** "Voor ons zijn vakbeurzen de meest geschikte manier om nieuwe klanten aan te trekken. Op dergelijke evenementen staat alles in het teken van diamant en zijn alle belangrijke spelers aanwezig. Op enkele dagen tijd kan je heel veel relevante mensen spreken, contacten onderhouden en nieuwe relaties aanknopen. Uiteraard zijn ook handelsmissies een goed instrument om je netwerk te onderhouden. Ook de lijsten met potentiële partners die we van FIT krijgen, hebben al vaak hun nut bewezen. Die hulp is goud waard."

### 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.

## 4 C's van diamant

### 1 Carat

Maat voor het gewicht. 1 karaat = 0,2 gram.

### 2 Color

De kleur van het merendeel van de diamanten varieert van kleurloos (wit) tot geel. Hoe geler, hoe goedkoper. Uitzonderlijk zijn diamanten met een natuurlijke blauwe, groene, roze, rode of amberkleur, ook wel 'fancy colors' genoemd. Vooral de blauwe en roze diamanten zijn felbegeerd.

### 3 Clarity

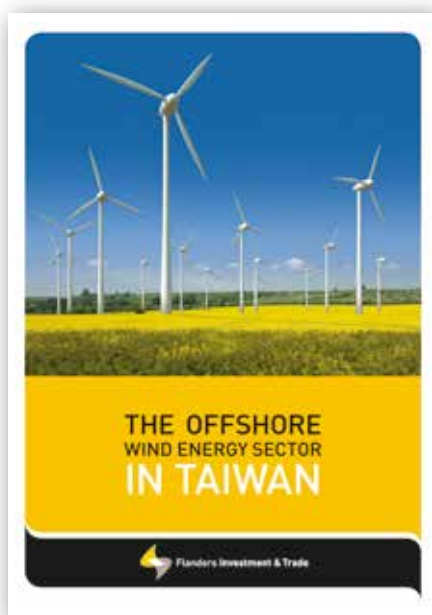
De zuiverheid geeft een indicatie van de interne gebreken die in de diamant aanwezig zijn. Hoe minder onzuiverheden, hoe waardevoller de diamant.

### 4 Cut

De slijpvorm beschrijft de vorm en de verhoudingen. Een goed geslepen diamant zorgt voor een optimale schittering. De kwaliteit wordt bepaald door de verhoudingen en de symmetrie.

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 offshore wind energy sector in Taiwan

Met een geschatte potentiële capaciteit van zes tot tien gigawatt wint de sector van de offshore windenergie enorm aan belang in Taiwan. Daardoor lanceerde de overheid een project dat tegen 2025 drie gigawatt stroom moet opwekken uit offshore windturbines. Verder wordt lokale industrie actief aangemoedigd om samenwerkingen op te zetten met buitenlandse bedrijven. Ook voor Vlaamse ondernemingen houdt dit nieuwe opportuniteiten in.



## ↑ Le secteur du bâtiment et des travaux publics au Maroc

Ons kantoor in Casablanca analyseerde de bouw en openbare werken in Marokko. Naast de evolutie en de noden van de privé- en de openbare sector, wordt ook de bestaande infrastructuur onder de loep genomen. Als afsluiter krijgt u enkele verwijzingen naar beurzen, federaties, professionele pers en wetteksten.



## ↑ Invoer van tapijt in de Verenigde Staten

Deze marktstudie zoomt in op de Amerikaanse tapijtinvoer: de omvang en evolutie van de markt, en het Belgische marktaandeel erin. Verder bevat het rapport lijsten van Amerikaanse invoerders van geweven, getufte, vilten en andere tapijten en de belangrijkste Amerikaanse producenten en (internet)retailers. Tot slot vindt u er meer informatie over de belangrijkste Amerikaanse magazines, newsletters, beurzen en beroepsfederaties binnen de tapijsector.





## Meubelmarkt in Zweden

Niet alleen de productie en distributie van Zweedse meubelen, maar ook in- en uitvoer worden in dit rapport kort belicht. Aan de multinational IKEA wordt een apart hoofdstuk gewijd. Tot slot vindt u er de adressen van de meest relevante meubelketens en aankoopgroeperingen, de grotere meubelzaken en agenten.



## Le secteur du transport et de la logistique au Maroc

Deze beknopte maar veelomvattende studie geeft meer inzicht in het bestaande transportaanbod voor weg-, spoor-, water- en luchtverkeer in Marokko. Vervolgens gaat ze dieper in op de situatie in Casablanca en de havenstad Tanger.



## Agriculture sector in Russia

Eind december 2013, bijna anderhalf jaar na de toetreding van Rusland tot de World Trade Organization, bleek dat de Russische agrosector de importdruk heeft doorstaan, in tegenstelling tot pessimistische voorspellingen. Deze studie schetst de Russische agro-industrie in detail.



## Le secteur de l'énergie au Koweït

In deze marktstudie vindt u een beknopt overzicht van de energiesector in Koeweit en de belangrijkste trends op het vlak van olie, gas en elektriciteit. Zo ontwikkelde Koeweit ook een aantal niet-geassocieerde gasvelden. Hoewel die slechts een klein deel van de totale gasproductie van het land vertegenwoordigen, kunnen ze op piekmomenten elektriciteitspannes helpen voorkomen.

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

# Intussen ...

Op Madrid Fusion is **Gert De Man-geleer** van het Brugse driesterren-restaurant Hertog Jan eind januari uitgeroepen tot Best European Chef of the Year. Samen met Kobe Desramauts (In De Wulf) en Filip Claeys (De Jonkman) maakte hij deel uit van een Vlaamse delegatie die Toerisme Vlaanderen naar de culinaire hoogmis afvaardigde.

Aan de organisatie van de Olympische Winterspelen in het Russische Sotsji werkten zeven Vlaamse bedrijven mee: **Automatic Systems, Barco, Bioracer, Lancer Europe, Schröder, Stageco** en **Vergokan**. Zo maakten de Sports Technology Club van Agoria en het BOIC bekend.

De Marswagentjes Spirit, Opportunity en Phoenix halen hun energie uit zonnecellen van germanium uit Olen, het zuiverste ter wereld. Behalve aan de NASA levert **Umicore** deze halfgeleider ook aan de deeltjesversneller van het CERN in Genève.

**Witzenmann**, wereldwijd marktleider in compensatoren, verhuist de productie van zijn Duitse moederhuis naar de Vlaamse vestiging in Oelegem. Voor het metaalbewerkingsbedrijf haalt de nabijheid van grote klanten in de havens van Antwerpen en Rotterdam het van de hoge loonkosten.

De Vlaamse fruit- en groentedistributeur **Univeg** neemt in Suriname staatsbedrijf en bananenproducent SBBS over. Bananen zijn wereldwijd het meest verhandelde fruit. Enkele grote spelers hebben de volledige markt in handen.

3D-pionier **Melotte** uit Zonhoven en NASA bundelen hun krachten en zorgen meteen voor een wereldpremière: een titaniumsculptuur van kunstenaar Frederik De Wilde, bedekt met een laag gitzwarte koolstofnanobuisjes die alle licht absorberen. Zowel voor de bouw van ruimtetelescopen als voor tal van militaire toepassingen biedt deze innovatie onuitputtelijke mogelijkheden.

Vanaf volgende zomer breidt **Brussels Airport** haar netwerk uit met tien nieuwe bestemmingen. Charlotte en Miami in de VS, maar ook heel wat Europese luchthavens: Londen Gatwick, Newcastle, Gdansk, Wrocław, Santiago de Compostela, Split, Thessaloniki en Venetië/Treviso. De luchthaven verwelkomt daarvoor drie nieuwe maatschappijen: Euroglot, MeridianFly en Ryanair.

**Mathys** investeert 4 miljoen in zijn Halense vestiging en creëert er 20 nieuwe banen. RPM, het Amerikaanse moederbedrijf achter de verfen waterdichtingsproducent, kiest de Limburgse vestiging als Europese hub en zal er onder meer een nieuw distributiecentrum bouwen.

Op de internationale zoetwarenbeurs ISM in Keulen kaapte chocoladeproducent **Belfine** met zijn Finger Pup'pets de tweede prijs weg op de Top Innovation Award. De tachtigkoppige jury bestond uit internationale journalisten.

Sinds eind vorig jaar is de Proba-V van ESA operationeel. Deze aardobservatiesatelliet van de hand van het Dendermondse **QinetiQ Space** stuurt beelden door van de vegetatie op aarde. Die worden door het VITO verzameld, verwerkt en verspreid.

**Tessenderlo Chemie** mag 60.000 ton kaliumsulfaat leveren aan Iran voor de bemesting van droge akkers. De Belgische chemiegroep, op wereldvlak een van de grootste producenten van deze stof, kan zo meteen profiteren van de toenadering tussen Iran en de westerse wereld.

3.000.000.000

## 3 miljard

"Dankzij onze technologie kijken meer dan drie miljard mensen dagelijks naar de televisie", aldus Serge Van Herck, algemeen directeur van **Newtec**. Het bedrijf uit Erpe-Mere is gespecialiseerd in de ontwikkeling van technologie voor satellietcommunicatie en behoort tot de absolute wereldtop binnen deze niche.

# Frankrijk

## du pain, du vin ... en zakenkansen

Uw Guide du Routard voor  
de Franse zakencultuur

Op veel Vlamingen oefent 'La Douce France' een onweerstaanbare aantrekkingskracht uit. Maar wist u dat onze favoriete vakantiebestemming ook onze derde handelspartner is? Daarom vraagt Wereldwijs aan experts en echte 'routards' wat onze zuiderburen concreet in petto hebben voor Vlaamse ondernemers. En in welke mate de economische malaise het zakenleven doet sputteren.



# La Douce France onder de loep

Met kantoren in Parijs, Rijsel, Bordeaux en Lyon is FIT sterk vertegenwoordigd in Frankrijk. Vanuit deze Franse steden speuren onze experts naar zakenkansen voor Vlaamse ondernemers. Onze vertegenwoordigers in Frankrijk presenteren de sterkhouders van hun regio en de bijbehorende zakenkansen voor Vlaamse ondernemers.



**CENTRAAL-  
EN  
NOORDWEST-  
FRANKRIJK**

“De belangrijke beslissingen worden in Parijs genomen.”

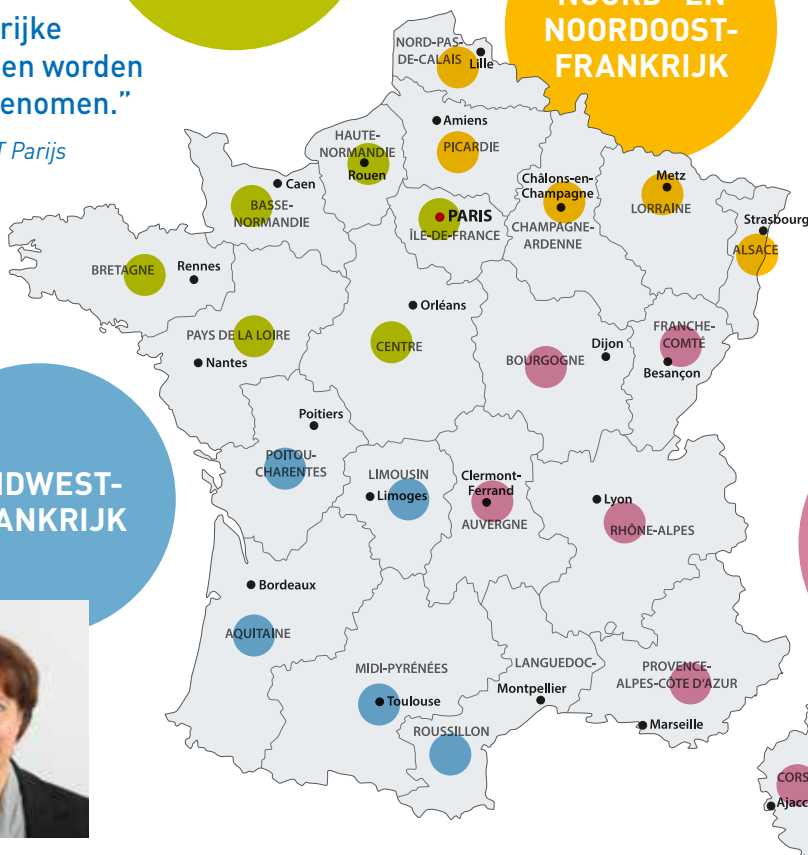
*Jan Offner, FIT Parijs*



**NOORD- EN  
NOORDOOST-  
FRANKRIJK**

“Nord-Pas de Calais is de derde grootste Franse industriële regio en dé toegangspoort tot de Franse markt voor veel Vlaamse ondernemers.”

*Christian Vermersch, FIT Rijsel*



**ZUIDWEST-  
FRANKRIJK**



“Met onder meer de veelbesproken Airbusprogramma’s en de hoogtechnologische satelliet- en lanceringsindustrie bekleedt deze regio een toppositie binnen de Europese luchtvaart.”

*Cary de Keyzer, FIT Bordeaux*

**ZUIDOOST-  
FRANKRIJK**



“Als toegangspoort tot Noord-Italië en het westen van Zwitserland is Lyon een belangrijk logistiek knooppunt, tal van internationale transportbedrijven hebben er hun hub.”

*Peter Verplancken, FIT Lyon*

## 1 Noord- en Noordoost-Frankrijk

"Nord-Pas de Calais is de derde grootste Franse industriële regio en dé toegangspoort tot de Franse markt voor veel Vlaamse ondernemers", steekt Christian Vermersch, VLEV in Rijsel, van wal. "Deze afzetmarkt van om en bij de vier miljoen consumenten ligt letterlijk naast onze deur. Bovendien vertoont de regio een grote openheid ten aanzien van buitenlandse investeerders en de ondernemers voelen er meer culturele affiniteit met hun Vlaamse zakenpartners dan met zuidelijke landgenoten."

### Ook positieve geluiden

"Hoewel de media graag focussen op de hoge werkloosheid en de criminaliteit in de streek, waait er na het verval van de mijnbouw, de staalindustrie en de textielnijverheid vandaag een nieuwe wind door Nord-Pas de Calais", onderstreept Christian Vermersch. "De automobielsector is goed voor 35.000 directe arbeidsplaatsen, de grote assemblagebedrijven en hun toeleveranciers zijn hier allemaal

vertegenwoordigd. En zowel Renault als Toyota boden hun Noord-Franse vestigingen recent nog de garantie op nieuwe modellen."

### De toekomst is biotech

Valenciennes huisvest de grote treinbouwers en fabrikanten van spoorinfrastructuur. Voorts strijken steeds meer logistieke spelers er neer en doet de productie van technische weefsels de textielsector heropleven. Ook Rijsel investeert volop in de toekomst, onder meer met het biomedische park Eurasanté. "Health en biotechnologie krijgen zo de groeikansen die ze verdienen en bieden ook voor Vlaamse ondernemers interessante mogelijkheden", stipt Christian Vermersch aan.

### Toegangspoort tot Duitsland

Elzas-Lotharingen schetst de VLEV als een dynamische industriële regio en de toegangspoort tot de Duitse markt. Champagne-Ardenne daarentegen is een

agrarische regio. De landbouw heeft er bovendien voor gezorgd dat tal van internationale verpakkingsbedrijven en leveranciers van verpakkingsmachines er hun vestiging hebben.

### De kanaalsaga

Industrie vormt de motor van de Picardische economie, maar ook daar is logistiek aan een stevige opmars bezig. Christian Vermersch: "Het Canal Seine Nord tussen Compiègne en Cambrai – de verbinding tussen de bekkens van de Seine en de Schelde – zou de kers op de taart betekenen voor deze sector. Onlangs nam de Franse transportminister een rapport over de herziening van dit project in ontvangst. Het is een afgeslankte versie van het oorspronkelijk project (4,7 miljard in plaats van 7 miljard euro) en voorziet bovendien in een Europese financiering van 40%. Dit verhoogt de kansen voor de aanleg van het kanaal aanzienlijk."

## 2 Centraal- en Noordwest-Frankrijk

"Hoewel de trend heerst om stilaan meer bevoegdheden van de nationale overheid over te hevelen naar de lagere niveaus, blijft Frankrijk een erg gecentraliseerd land", legt Jan Offner, VLEV in Parijs, uit. "De belangrijke beslissingen worden in Parijs genomen."

### Dé grote motor

Ile-de-France blijft de motor van de Franse administratie en het bedrijfsleven. Zowat een vierde van de Franse bedrijven is er gevestigd. Jan Offner: "Hoewel de dienstensector groeit, blijft Ile-de-France ook op industrieel vlak de topregio van het land. Le Centre, dat er in het zuiden op

aansluit, staat bekend als de graanschuur van Parijs. Bovendien vormt het gebied heel wat expansiemogelijkheden voor het verzadigde Ile-de-France. Daar wonen immers 11 miljoen mensen op een derde van de oppervlakte van België."

### Agro en containers

Noordwest-Frankrijk staat bekend als een agrarisch gebied. "Visvangst en veeteelt vormen de voornaamste pijlers van de agro-industrie", vervolgt Jan Offner. Maar Normandië investeerde ook sterk in de uitbreiding van de containerhaven van Le Havre, zodat ze de nieuwe generatie van megacontainerschepen kan ontvangen.



### 3 Zuidwest-Frankrijk

Aquitaine en Midi-Pyrénées staan samen voor meer dan een derde van de werkgelegenheid in de Franse lucht- en ruimtevaart. "Hoewel de militaire luchtvaart aankijkt tegen een verlies van 1.700 arbeidsplaatsen, blijft de civiele tak aanwerven", verduidelijkt Cary de Keyzer, waarnemend posthoofd in Bordeaux. "Met onder meer de veelbesproken Airbusprogramma's en de hoogtechnologische satelliet- en lanceringsindustrie bekleedt deze regio een topositie binnen de Europese luchtvaart."

#### Toerisme bloeit

Maar ook in de landbouw- en levensmiddelenindustrie, chemie en elektronica, hout- en papierverwerking en toerisme liggen er kansen voor buitenlandse ondernemers. Cary de Keyzer: "We vergeten weleens dat de toeristische sector zelfs in crisistijd blijft groeien en bijgevolg

een interessante afzetmarkt vormt voor uiteenlopende producten en diensten."

#### Bevolkingsgroei opvangen

Hoewel de economische malaise zich laat voelen in het bevrozen van een aantal grote infrastructuurwerken, waaronder de hst-lijn tussen Bordeaux en Spaans Baskenland, blijft ze optimistisch over de bouwsector: "De bevolking zal hier de volgende decennia sterker aangroeien dan elders in het land. Investerings in sociale woningbouw, kantoren en verzorgingstehuizen zijn dus een must", licht Cary de Keyzer toe. "Wie superieure bouwmaterialen aanbiedt of het comfort in de Franse verzorgingstehuizen door innovatie naar een hoger niveau tilt, zal met open armen worden ontvangen. Vlaamse ondernemers hebben alles in huis om hierin een rol van betekenis te spelen."



### 4 Zuidoost-Frankrijk

Rhône-Alpes vormt de tweede grootste economische regio van Frankrijk. Peter Verplancken, VLEV in Lyon: "Als toegangspoort tot Noord-Italië en het westen van Zwitserland is Lyon een belangrijk logistiek knooppunt, tal van internationale transportbedrijven hebben er hun hub."

#### Farmareuzen

"Chemie, biotechnologie en farma zijn hier de industriële sterkhouders, met wereldspelers als Sanofi Pasteur en Rhodia", vervolgt de VLEV. "Maar ook automotive

zorgt met de productie van vrachtwagens voor heel wat arbeidsplaatsen. In deze uiteenlopende sectoren vinden Vlaamse producenten van halfafgewerkte producten zeker een interessante afzetmarkt."

#### Artisanale traditie

Uiteraard springt Zuidoost-Frankrijk ook met zijn agro-industrie in het oog. "Vlaamse expertise in voedingssupplementen en veevoeder, stallenbouw of automatiseringssystemen kan deze branche nog concurrentiëler maken",

legt Peter Verplancken uit. "Vandaag beginnen Franse landbouwers immers te beseffen dat hun sterke artisanale traditie en schaalvergroting wel degelijk hand in hand kunnen gaan."

#### Hoge koopkracht

Tot slot onderstreept Peter Verplancken de hoge koopkracht van deze regio, met de Azurenkust als uitschieter. "De ideale doelmarkt dus voor Vlaamse consumptie- en luxegoederen, van economische malaise is er voorlopig weinig te merken."



# Zakendoen in Frankrijk: een thuismatch?

Kriebelt het om met een kofferbak vol brochures en samples richting Frankrijk te vertrekken? Onze FIT-experts zorgen ervoor dat u als 'Petit Belge' niet verdwaalt in de Franse zakencultuur.

## 1. Over chauvinisme en pragmatisme

**Een Fransman koopt graag Frans, gaat het gezegde. Klopt dat nog altijd, of is er een kentering?**

**Christian Vermersch:** "Intussen werk ik vijftien jaar in Frankrijk en ik merk toch een evolutie. Vroeger kozen onze zuidoerburen bijvoorbeeld resoluut voor hun eigen automerken, vandaag duiken steeds meer Duitse – en andere – modellen op in het straatbeeld."

**Peter Verplancken:** "Hoewel ze veel buitenlandse producten kopen, verkiezen veel Fransen vanuit een zeker nationalisme nog altijd een Franse zakenpartner. Voor onze Vlaamse ondernemers is het bijgevolg vaak een tijdrovend proces om een eerste voet tussen de deur te krijgen. Maar eens die horde genomen, staan we vrij sterk in onze schoenen."

**Is dat chauvinisme voelbaarder in de publieke sector?**

**Jan Offner:** "Bij overheidsopdrachten spelen buitenlandse ondernemers nog vaak de tweede viool. Middelgrote privébedrijven daarentegen zoeken in de eerste plaats naar pragmatische oplossingen tegen de juiste prijs. Daar krijg je als buitenlands bedrijf zeker de kansen die je verdient, een uitzondering niet te na gesproken."

**Waarmee kunnen Vlaamse ondernemers het verschil maken?**

**Cary de Keyzer:** "Met een product van dertien in een dozijn dat enkele centiemmen goedkoper is, zal je de Fransen niet over de streep trekken. Het toverwoord om hen over de grens te laten kijken, is innovatie."

**Jan Offner:** "Producten of diensten met een zekere 'edge' of die een nieuwe nood

aanspreken. Bovendien kunnen we er als burens scoren met klantgerichtheid en efficiënte support."

**Peter Verplancken:** "Vlaamse ondernemers worden veel meer blootgesteld aan internationale concurrentie dan hun Franse collega's. Uit ervaring weten ze dat ze klanten enkel met kwaliteit en meerwaarde kunnen verleiden. Onze producten zijn innovatief en we staan bekend om onze proactieve houding."

**Onze producten zijn vaak innovatiever dan de Franse tegenhangers en we gaan sneller en proactiever te werk."**

*Peter Verplancken, FIT Lyon*

## 2. De macht van de mastodonten

**Zwaait een clubje van internationale spelers er de plak of is dat een hardnekkig cliché?**

**Peter Verplancken:** "De Franse economie kent reuzen en dwergen, maar heeft een zwakke ruggengraat van middelgrote ondernemingen. In tal van sectoren domineren een handvol multinationale spelers zoals bouwgi-giganten Eiffage en Vinci, farmareuzen Rhodia en Sanofi-Pasteur, en Airbus in de luchtvaart. Ook de retailsector is door grote aankoopgroeperingen van Carrefour, Casino en Auchan relatief moeilijk toegankelijk voor kleine spelers."

**Cary de Keyzer:** "Dat systeem van aankoopgroeperingen bestaat in veel sectoren. Het is een typisch Frans fenomeen waarbij onafhankelijke winkels en ver-

delers zich op lokaal en nationaal niveau verenigen om voldoende kritische massa te vormen en betere prijzen af te dingen van hun leveranciers. Doordringen tot zo'n centrale is een werk van lange adem, zowel voor Franse als voor buitenlandse ondernemers, maar onmogelijk is het zeker niet."

**Hoe groot is de interesse voor buitenlandse producten, diensten of expertise bij die grote bedrijven en aankoopgroeperingen?**

**Christian Vermersch:** "Uiteraard is die interesse aanwezig, onze succesvolle Contactdag met inkopers van de hypermarktketen Auchan bewijst dat duidelijk. Omdat de vraag vanuit Vlaanderen groot was, spraken we hun inkoopdienst aan. Er was meteen grote interesse, waarop Auchan dertig geïnteresseerden uitnodigde voor een kennismakingsgesprek."

**Auchan nodigde dertig van de negentig geïnteresseerde Vlaamse ondernemers uit voor een kennismaking, een cijfer dat onze stoutste verwachtingen oversteeg."**

*Christian Vermersch, FIT Rijsel*

## 3. Les normes françaises

**De erg strikte en vaak afwijkende regelgeving wordt als drempel aangehaald om de Franse markt te betreden. Wat is de stand van zaken anno 2014?**

**Cary de Keyzer:** "Frankrijk is Europees koploper als het op normering aankomt. Producten die de EU-normen respecteren, voldoen in theorie ook voor de Franse



markt, maar in de praktijk hebben de Fransen nog altijd meer vertrouwen in hun eigen 'normes françaises'."

**Christian Vermersch:** "Frankrijk is inderdaad een buitenbeentje als het op normering aankomt. Wijken de Franse normen af van de Europese, dan moet je je product laten testen en homologeren voor je het op de markt kan brengen. Daar hangt uiteraard een prijskaartje aan vast en de hele procedure neemt flink wat tijd in beslag."

**Binnen welke branches moeten Vlaamse ondernemers alert zijn voor afwijkende normen?**

**Cary de Keyzer:** "Vooral voor producenten van bouwmaterialen of medische apparatuur is het uitkijken geblazen. Toch gaat het onder EU-druk stilaan de goede kant uit, de bevoegde instanties tonen zich bereid om elk jaar enkele afwijkende normen te schrappen."

**Peter Verplancken:** "Mijn ervaring is dat Vlaamse ondernemers die strikte normering al eens durven te onderschatten. Een gulden regel is om vooraf altijd te checken, welk product je ook op de Franse markt wil lanceren. Zo voorkom je onaangename verrassingen."

**Christian Vermersch:** "En wie voor zijn lokale filiaal of verkoopdivisie Franse medewerkers in dienst wil nemen, moet rekening houden met de soms erg afwijkende sociale wetgeving. Laat je hiervoor zeker bijstaan door een specialist ter zake."

**Vooraf voor producenten van bouwmaterialen of medische apparatuur is het uitkijken geblazen. Toch gaat het onder EU-druk stilaan de goede kant uit."**

*Cary de Keyzer, FIT Bordeaux*

#### 4. Frankrijk agentenrijk

**Heel wat Vlaamse ondernemers nemen een handelsagent in de arm om de Franse markt te verkennen. Een goede strategie?**

**Peter Verplancken:** "Terwijl de tussenpersonen in heel wat andere landen stilaan worden uitgeschakeld, is het concept in Frankrijk nog springlevend. Precies omdat de regelgeving er zo strikt

en rigide is, bieden agenten veel toegevoegde waarde voor kleine buitenlandse ondernemingen die er hun producten aan de man willen brengen."

**Christian Vermersch:** "Agenten hebben een goede sector kennis en beschikken over het juiste netwerk. Bovendien doen ze zaken met de alom bekende Franse savoir-vivre. Het resultaat is dat veel meer deuren opengaan."

**Hoe gaan ondernemers het best te werk om zo'n agent te kiezen?**

**Peter Verplancken:** "Focus op de regio waar jouw branche sterk vertegenwoordigd is en kijk daar uit naar een betrouwbare agent. En hou steeds in je achterhoofd dat geen enkele agent nationale dekking kan garanderen, wat hij ook beweert. Zijn de resultaten in die ene regio bemoedigend, breid dan je vertegenwoordiging regio per regio verder uit. En laat je tijdens de contractfase zeker bijstaan door een gespecialiseerd advocaat. Zo vermijd je misverstanden of frustraties achteraf."

**Een handelsagent opent deuren die voor de Vlaamse ondernemer gesloten blijven. Kan een Franse vertegenwoordiger**

ging ook een extra duwtje in de rug betekenen?

**Cary de Keyzer:** "Uiteraard, en dat kan heel eenvoudig via een domiciliëring in een bedrijvencentrum. Een Frans adres en telefoonnummer geven je meteen een voorsprong, want je behoort plots tot de Franse competitie. Zeker wie mikt op publieke ziekenhuizen of rust- en verzorgingscentra, moet een Franse vertegenwoordiging overwegen."

**\\ Agenten hebben een goede sector kennis en beschikken over het juiste netwerk. Bovendien doen ze zaken met de alom bekende Franse savoir-vivre."**

*Christian Vermersch, FIT Rijsel*

## 5. 'Les petits Belges'

**Zakendoen in Frankrijk voelt een beetje als een thuismatch aan. Of toch niet?**

**Peter Verplancken:** "Door de nabijheid en de culturele affiniteit is Frankrijk voor ons een erg natuurlijke markt. De Fransen vinden ons sympathiek en performant. Wel durven Vlaamse ondernemers zich te verbranden met een te directe aanpak. Een Franse zakenpartner wil eerst de ondernemer leren kennen, pas daarna zijn product. Dus neemt hij ruimschoots de tijd om een persoonlijke relatie op te bouwen."

**Jan Offner:** "De Fransen beschouwen ons als een degelijke zakenpartner. Ze noemen ons soms wel 'les petits Belges', maar dat is goed bedoeld."

**Zijn er nog andere verschillen in zakencultuur?**

**Christian Vermersch:** "Het Franse bedrijfsleven zit eigenlijk nog erg klassiek en hiërarchisch in elkaar. Prospecteer je in een groot bedrijf, dan start je meestal ergens onderaan de ladder. Afspraak na afspraak klim je gestaag op, een sport over slaan zal je niet in dank afgenomen worden. Verschillende meetings en lunches later komt de bevoegde beslissingsnemer in het vizier en gaat de bal aan het rollen."

**Jan Offner:** "De zakencultuur is er inderdaad veel minder to the point dan bij ons."

**Patricia De Backer, directeur van de Frans-Belgische Kamer van Koophandel in Noord-Frankrijk, helpt Belgische bedrijven bij hun eerste stappen op de Franse markt en met de oprichting van een lokale vestiging:**

**"Om de opdracht binnen te halen, moet je soms Frans worden."**

"Als wij Vlaamse ondernemers vertellen dat de verkoop van hun product vlotter zal verlopen met een handelsagent, dan denken ze soms dat we overdrijven", gaat Patricia De Backer van start. Toch is het volgens haar niet onlogisch dat de Franse agent vlugger succes boekt: "Een Vlaamse verkoper zal als vreemde eend in de bijt toch wat argwanend bekeken worden. Zal hij niet aan valse concurrentie doen? Bovendien moet hij een taal- en cultuurbarrière overbruggen, en op de parking springt zijn Belgische nummerplaat meteen in het oog."

Elke dag klopt er wel een ondernemer aan omdat hij 'geblokkeerd' zit. Patricia De Backer: "Hij heeft een opportuniteit gedetecteerd of staat op het punt een contract binnen te halen, maar zijn klant laat hem doodleuk weten dat een deal pas mogelijk is als hij Frans wordt." De directeur legt uit dat Franse klanten vaak een Franco-Franse facturatie verkiezen. "Zeker wie al met de publieke zorgsector of de grootdistributie te maken heeft gekregen, zal dat bekend in de oren klinken."

Patricia De Backer licht toe hoe de Frans-Belgische Kamer van Koophandel dit probleem oplost: "Wij schrijven bedrijven in het Franse handelsregister in en huisvesten ze in ons filiaal in Rijsel. Vandaag beheren we zo'n 300 Franse zetels van Belgische ondernemingen. Onze leden spreken soms over hun 'postbus', maar dat vind ik een lelijk woord."

Ondernemers die zaken willen doen bij onze zuiderburen kunnen ook informatie inwinnen via de website [www.go-dis.eu](http://www.go-dis.eu), een initiatief van de Frans-Belgische Kamer van Koophandel in Rijsel, Voka West-Vlaanderen, de rechtsfaculteiten van de KULAK en de universiteit van Rijsel. Patricia De Backer: "Alle vragen over Franse vertegenwoordiging, de wetgeving en rechtspraak die erop van toepassing is, hebben we online gebundeld."

Maar Go-Dis is veel meer dan een website: "We zetten stevig in op grensoverschrijdend netwerken", vervolgt Patricia De Backer. "We merken namelijk nog te vaak dat professionele netwerken stoppen aan de landsgrenzen."

Tijdens uitgerekte zakenlunches wordt veel tijd besteed aan wederzijdse kennisgeving, pas bij de koffie worden knopen doorgehakt. Bij ons is dit fenomeen niet langer ingeburgerd, maar het verrast ons niet. Voor Duitsers, Nederlanders of Amerikanen daarentegen is dit een weinig doorzichtige manier van zakendoen."

**Cary de Keyzer:** "En heb je een klant uiteindelijk warm gemaakt voor je aanbod? Laat het contact dan niet verwateren. Met een persoonlijke aanpak maak je immers echt het verschil."

**\\ De Fransen beschouwen ons als een degelijke zakenpartner. Ze noemen ons soms wel 'les petits Belges', maar dat is goed bedoeld."**

*Jan Offner, FIT Parijs*



# Gouden tips van 'routards'

## Alphatronics

ID



**Wim Delameilleure** is exportmanager bij Alphatronics, producent van totaaloplossingen voor toegangscontrole en de zorgsector. Frankrijk is de tweede afzetmarkt van dit Lokerse bedrijf, dat er vooral levert aan recyclageparken, parkeerbedrijven, zorginstellingen en de industrie.

Aanbod?

"In de sectoren waarin Alphatronics actief is, staan Vlaamse bedrijven bekend als trendsetters. Op het vlak van recyclage hinkt Frankrijk zeker een decennium achter op ons land. Maar nu de professionalisering van de Franse recyclageparken definitief is ingezet, kunnen wij onze Belgische expertise volop inzetten."

Strategie?

"Per sector omringen we ons met een tiental partnerbedrijven die onze oplossingen aan de man brengen, in hoofdzaak bedrijven van onze grootte-orde. Want ondanks de onvrede over de huidige politieke situatie, heerst er een enorme dynamiek in de Franse kmo-markt. Ondernemers willen vooruit en zijn bereid om in een langetermijnrelatie te investeren. De grote jongens à la Vinci zijn niet alleen moeilijker toegankelijk, ze zoeken hun onderaannemers ook meer op projectbasis."

Zaken-cultuur?

"In tegenstelling tot Vlaanderen heeft Frankrijk een echte belcultuur. Persoonlijk contact weegt zwaar door in de onderhandelingen. Dus op bezoek gaan bij je potentiële partners en de contacten warm houden is de boodschap."

Crisis?

"Recycleren moet onder druk van Europa, het parkeerprobleem is jarenlang onderschat en zorg is overal in Europa booming business. Al deze sectoren voelen de nood aan meer efficiëntie en automatisering. Crisis of niet, ze moeten investeren."

Gouden tip?

"Bereid je goed voor op een verkenning van de Franse markt, maar verlies je niet in 'overplannen'. Ga ter plaatse, spreek met de mensen. Weet dat één beursbezoek meer inzichten kan opleveren dan weken deskresearch en een e-mailcampagne. En werk concentrisch, Noord-Frankrijk ligt op een boogscheut en is een prima testmarkt."

Wim Delameilleure, exportmanager bij Alphonics, Peter Grogard, CEO van Septentrio, en Sander Arnout, managing director van InsPyro, hebben samen al heel wat Franse kilometers op hun teller. Ze verklappen niet alleen het geheim achter hun succes op de Franse markt, maar geven collega-ondernemers ook een gouden tip voor een geslaagde marktverkenning.

## Septentrio

## InsPyro



In 2000 richtte **Peter Grogard** Septentrio op, een spin-off van het Leuvense technologiecentrum imec. Het bedrijf ontwerpt en produceert hoog nauwkeurige gps-systemen voor professioneel gebruik die onder meer hun toepassing vinden in de maritieme sector, machinebouw, transport, infrastructuur en de lucht- en ruimtevaart.



**Sander Arnout** is managing director van InsPyro, consultancybedrijf in metallurgie en spin-off van de KU Leuven. Sinds 2009 helpen de ingenieurs van InsPyro metaalproducenten om hun metallurgische processen naar een hoger niveau te tillen. 2011 betekende de definitieve doorbraak op de Franse markt.

“Vandaag is Septentrio Europees marktleider en mondiaal een van de vijf spelers in de nichemarkt van hoog nauwkeurige gps-systemen. Door het unieke karakter van onze producten werken we in Frankrijk voor heel specifieke toepassingen zelfs met concurrenten samen. Je kan elkaar blijven bekampen, maar een pragmatische benadering levert vaak meer op.”

“Onze specialisatie is vrij uniek, binnen de loodmarkt heb ik geen weet van een Franse concurrent. Onze focus ligt op een beperkt aantal recyclagebedrijven. En net omdat het een kleine wereld is, ben je met enkele sterke referenties snel gelanceerd in de branche.”

“Met onze zuiderburen hebben we een speciale band. Jarenlang was onze grootste concurrent immers een Franse onderneming. Bijgevolg kregen we moeilijk toegang tot de grote bouw-, lucht- en ruimtevaartspelers. Maar sinds dat bedrijf in Amerikaanse handen is, lukt het een stuk beter. Behalve de kwaliteit van je aanbod en dienstverlening, is nabijheid een belangrijke troef die we in het verkoopproces uitspelen. Fransen bellen makkelijker naar Leuven dan naar Silicon Valley.”

“Sinds het prille begin is InsPyro actief in Frankrijk, maar de bal is pas echt aan het rollen gegaan toen we een Franstalige medewerker in dienst namen die de Franse markt actief begon te bewerken. We werken voornamelijk in Noord-Frankrijk, omdat de metaalindustrie daar het sterkst vertegenwoordigd is.”

“Zaak is om het vertrouwen van je Franse zakenpartner te winnen. In het begin zal hij je op de rooster leggen, laat je niet onder tafel praten. Bijt op je tanden en blij vooral op dezelfde nagel kloppen. Na verloop van tijd zullen ze je enorm respecteren.”

“Zakendoen in Frankrijk gebeurt doorgaans even correct als elders. Alleen gaat alles wat trager, ook betalingen komen er soms wat later door. Toch hoed ik me voor clichés, want de situatie hangt van bedrijf tot bedrijf af. Bovendien sluit de zakencultuur van de Noord-Fransen naadloos aan bij de onze.”

“Door de unieke aanwezigheid van constructie-, aerospace- en transportbedrijven zal Frankrijk altijd een belangrijke markt blijven voor Septentrio. Als gevolg van de economische malaise staan een aantal projecten on hold. Maar binnen afzienbare tijd komt de Franse economie wel weer op dreef, dus laat ons hopen dat uitstel geen afstel is.”

“Dat de Franse staalbusiness het moeilijk heeft, hoeft geen betoog. En hoewel optimalisering van processen noodzakelijk is om op lange termijn kosten te besparen, krijg je deze redenering in crisistijd niet altijd verkocht. Gelukkig is het niet allemaal kommer en kwel en zijn er nog voldoende – in hoofdzaak kleinschalige – producenten die wel in consultancy willen investeren.”

“Probeer te achterhalen hoe je met je aanbod kan inspelen op de noden van de Franse markt. Laat je niet afschrikken door grote internationale bedrijven met een dominante positie in de sector, stap er gewoon op af. Slaag je erin om met zo’n klepper in zee te gaan, dan opent dat deuren wereldwijd.”

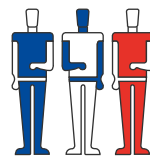
“Frankrijk is een interessante afzetmarkt, maar onderschat de afstanden niet. Als consultancybedrijf schakel je niet zomaar een Franse vertegenwoordiger in om je onderneming aan de man te brengen, je moet zelf op pad en je zakenpartners bij voorkeur in het Frans te woord staan.”



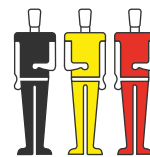
# Factsheet Frankrijk



**OPPERVLAKTE\***  
543.965 KM<sup>2</sup>  
(18 keer de grootte van België)



**AANTAL INWONERS\***  
63 MILJOEN (2012)



**AANTAL BELGEN**

ingeschreven in Parijs: **66.858** (2013)  
ingeschreven in Rijsel: **21.815** (2013)  
ingeschreven in Marseille: **17.001** (2013)  
ingeschreven in Straatsburg: **9.698** (2013)



**OFFICIËLE TAAL**  
**FRANS**



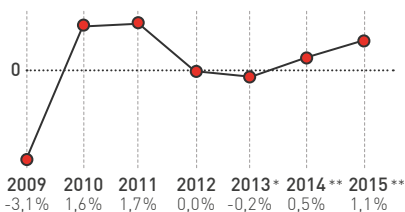
**MUNTEENHEID**  
**EURO**



**Frankrijk is het grootste landbouwland van de EU.**  
Onze zuiderburen zijn goed voor **18,1% van de totale Europese productie**, Duitsland voor 13,4% en Italië voor 12,3%.

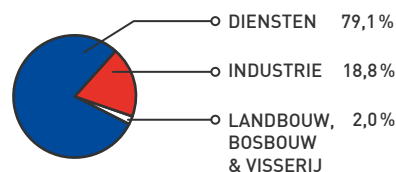
\* exclusief de overzeese gebieden

## Evolutie van het bbp (2009 – 2015)



\* raming / \*\* prognose

## Aandeel economische sectoren in bbp (2012)



## Belangrijkste exportbestemmingen (2012)



**DUITSLAND**  
16,2%



**BELGIË**  
7,3%



**ITALIË**  
7,3%



**SPANJE**  
6,7%



**VK**  
6,7%

## Belangrijkste leveranciers (2012)



**DUITSLAND**  
19%



**BELGIË**  
11,1%



**ITALIË**  
7,4%



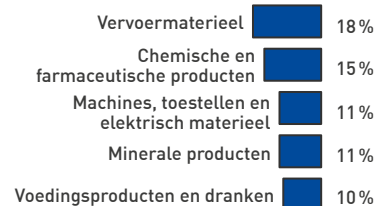
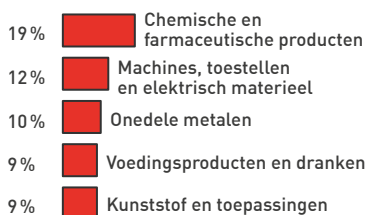
**NEDERLAND**  
7,2%



**SPANJE**  
6,4%

## Frankrijk is de 3<sup>e</sup> handelspartner van Vlaanderen (2012)

### Vlaamse export naar Frankrijk: € 36,3 miljard (2013)



### Vlaamse import uit Frankrijk: € 24,3 miljard (2013)



# Leeuw van de Export 2014

## Brult uw onderneming op het podium?

Blinkt uw bedrijf uit in internationaal ondernemen en durft u hardop te dromen van een plaats in de eregalerij van exportleeuwen? Aarzel dan niet en overtuig de jury met een sterk exportdossier. Wie weet ontvangt u op woensdag 17 september de trofee uit handen van Vlaams minister-president Kris Peeters.

### Wat is de Leeuw van de Export?

De Leeuw van de Export bekroont jaarlijks twee Vlaamse bedrijven die internationaal hoge ogen gooien. Dit jaar zal FIT voor de 13e keer een kleine onderneming (met maximaal 49 medewerkers) en een middelgrote of grote onderneming (met 50 of meer medewerkers) verkiezen.

De trofeeën worden op 17 september door minister-president Kris Peeters uitgereikt. De twee ondernemingen die op het podium van de Gentse Bijloke verschijnen, mogen zich vanaf dan 'Leeuw van de Export 2014' noemen.

### Wat wint u eigenlijk?

Als laureaat vervoegt u een lijst met ronkende namen als H.Essers, Medec Benelux, Waterleau, DEME, Duvel Moortgat en Orfit Industries. In eigen land krijgt u als winnaar van deze prestigieuze prijs uiteraard flink wat media-aandacht, maar daar stopt het niet bij.

Het wereldwijde netwerk van FIT-kantoren plaatst uw onderneming tot ver buiten onze grenzen voor het voetlicht. Zo wordt uw succesverhaal ongetwijfeld opgepikt door potentiële buitenlandse zakenpartners en krijgt uw export een extra boost.

Vergeet ook niet dat u als exportleeuw uw eigen werknemers een schouderklopje geeft. Zij helpen immers uw internationaliseringsplannen waar te maken. En u krijgt als werkgever een streepje voor bij toekomstige medewerkers.

### Van inschrijving tot podium

Meedingen naar de Leeuw van de Export start met het samenstellen van een inschrijvingsdossier waarin u onder meer een overzicht geeft van uw exportstrategie, concrete zakencijfers en toekomstperspectieven.

Op basis van deze informatie kiest een vakjury na beraadslaging zes genomineerden. Die worden uitgenodigd om hun kandidatuur mondeling toe te lichten voor een Vlaamse jury. Na de verdediging kiezen de juryleden de twee winnaars.

### Verhoog uw kansen!

Op 25 april organiseert FIT een info-seminarie in Gent waarin winnaars van vorige edities en de voorzitter van de vakjury relevante tips geven om uw inschrijvingsdossier naar een hoger niveau te tillen. Wat mag u niet over het hoofd zien, waarmee kan u de jury overtuigen en welke fouten moet u vermijden? Zo verhoogt u uw kansen om op woensdag 17 september de trofee mee naar huis te nemen. Binnenkort bezorgen we u meer praktische details over dit seminarie.

Meer lezen over de Leeuw van de Export? Surf naar [www.leeuwvandeexport.be](http://www.leeuwvandeexport.be).

# Genomineerden Investment of the Year Award zijn bekend!

## Buitenlandse investeerders in Vlaanderen in de spotlights

Vlaanderen beschikt over ontzettend veel troeven voor buitenlandse investeerders, maar ook andere regio's en landen gooien alles in de strijd om hen te lokken. Logisch, want injecties uit het buitenland creëren werkgelegenheid, versterken de economie en inspireren andere bedrijven. Voldoende redenen voor FIT om de schijnwerpers te richten op nieuwe buitenlandse investeringen en de meest uitzonderlijke te bekronen met de Investment of the Year Award tijdens de Foreign Investment Trophy.

De winnaar van de Investment of the Year Award is een investeerder die met zijn investeringsproject in het voorafgaande jaar een belangrijke toegevoegde waarde biedt voor de Vlaamse economie.

Vorig jaar mocht de Amerikaanse specialist in vuurvertragende plastics FRX Polymers de Investment of the Year Award als eerste mee naar huis nemen.

### Selectie genomineerden

Dit jaar selecteerden de sponsors-partners en FIT uit een lijst van vijftien kanshebbers zes bedrijven. Na een tweede evaluatieronde bleven vier genomineerden over. Zij zullen in de aanloop naar en tijdens het event de strijd aangaan met elkaar. De sponsor-partners en FIT bepalen 60% van de score, maar ook u kan online stemmen op uw favoriete kandidaat. Tijdens het event mogen de genodigden in de zaal eveneens hun stem uitbrengen en de score vervolledigen. Zo houden we de spanning erin tot op het allerlaatste moment.

### Laat uw stem horen!

De vier genomineerden krijgen de kans om hun bedrijf uitgebreid voor te stellen tijdens een interview op KanaalZ, dat in de week van 17 maart 2014 wordt uitgezonden. Wie wordt uw favoriete kandidaat? Laat het ons weten en stem via [www.investinlanders.be](http://www.investinlanders.be) of [www.foreigninvestmenttrophy.be](http://www.foreigninvestmenttrophy.be).

### Prijsuitreiking Investment of the Year Award 2014

Op 24 maart vindt de Foreign Investment Trophy plaats. Kris Peeters, minister-president van Vlaanderen zal dan de winnaar van de Investment of the Year Award 2014 bekendmaken. Daarna volgt een netwerkevenement als afsluiter. Of, wie weet, als nieuw begin van een volgende buitenlandse investering in Vlaanderen?

### Dank aan onze sponsor-partners!

We bedanken onze hoofdsponsors Deloitte en ING, en nevensponsor Stibbe voor hun onmisbare hulp bij de organisatie van het event. Niet alleen voor hun financiële bijdrage, maar vooral ook omdat ze met kennis van zaken en een scherp beoordelingsvermogen hun jury- en mentorrol glansrijk opnemen.

**Deloitte.**

**ING** 

**Stibbe**

### GENOMINEERDE 1



De Duitse discounter opende een 45.000 m<sup>2</sup> groot distributiecentrum in Sint-Niklaas. Deze investering van 50 miljoen euro is goed voor 30 extra banen. Vanuit het nieuwe distributiecentrum worden de waren geleverd aan ongeveer 80 winkels in de provincies Antwerpen, Oost-Vlaanderen en Vlaams-Brabant.

### GENOMINEERDE 2



Vlaanderen heeft een bijzonder sterk logistiek netwerk, zo ontdekte ook Nike. De Amerikaanse sportartikelenfabrikant heeft al distributiecentra in Laakdal en Herentals. Nu komt daar een derde bij, gelegen langs het Albertkanaal in Ham, naar schatting goed voor 500 voltijdse arbeidsplaatsen. De 'Europese Logistieke Campus' groeit zo met een derde.

### GENOMINEERDE 3



Deze kandidaat is wellicht het minst bekend bij het grote publiek. Air Liquide is een Frans chemiebedrijf en sloot onlangs een langlopend contract voor de levering van koolmonoxide aan een vestiging van chemiereus BASF. Om zijn bestaande capaciteit op te drijven, ontwierp en bouwt Air Liquide een nieuwe productie-unit voor koolmonoxide in de Antwerpse haven. In totaal bedraagt de investering ongeveer 50 miljoen euro.

### GENOMINEERDE 4



TOTAL gaf groen licht voor een gigantisch moderniseringsproject van maar liefst 1 miljard euro. Dat wordt geïnvesteerd in zijn Antwerpse productiecomplex, het grootste raffinage- en petrochemieplatform van de Franse oliemaatschappij in Europa.



## Denemarken, Finland, Noorwegen en Zweden

12 tot en met 19 maart 2014

Gent, Mechelen, Hasselt, Leuven en Brugge

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

## Polen, Tsjechië, Hongarije en Roemenië

26 maart tot en met 2 april 2014

Leuven, Antwerpen, Gent, Brugge en Hasselt

**INSCHRIJVEN?** Tot 1 april 2014 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

### CONTACT- DAGEN

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.

## All Energy Aberdeen

21 en 22 mei 2014

Wat? Het grootste event in het VK voor cleantech en hernieuwbare energie. All Energy is tegelijkertijd vakbeurs én conferentie, met spin-offs gewijd aan alle mogelijke vormen van hernieuwbare energie: van wind- en golfslagenergie over getijdenenergie tot micro-energie. Ook opvallende ontwikkelingen op het vlak van waterstof en brandstofcellen worden er aan het publiek voorgesteld.

**INSCHRIJVEN?** Tot 31 maart 2014 op

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

**CONTACT?** Linda Huybrecht op 02 504 88 37 of [linda.huybrecht@fitagency.be](mailto:linda.huybrecht@fitagency.be)

## Emballage Parijs

17 tot en met 20 november 2014

Wat? Business, Innovatie & Toekomst zijn de hoofdthema's van de internationale verpakkingsbeurs Emballage. Vier dagen lang delen verpakkingsfabrikanten, merken, designagentschappen en trendbureaus hun expertise, onder meer tijdens twintig conferenties.

**INSCHRIJVEN?** Tot 15 maart 2014 op

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

**CONTACT?** Katty De Vos op 02 504 87 79 of [katty.devos@fitagency.be](mailto:katty.devos@fitagency.be)

### GROEPS- STANDEN



## GROEPS- ZAKEN- REIS

### Multisectoraal – Vietnam

**18 tot en met 24 mei 2014**

Wat? Tijdens deze multisectorale groepszakenreis ontdekt u uw professionele mogelijkheden in Vietnam, een opkomende economie. Met een groei prognose van 5,5%, een verwachte exportstijging van 20% en een aanhoudende instroom van buitenlandse investeringen zijn de vooruitzichten voor 2014 veelbelovend.

Tegelijk staat het land voor enorme uitdagingen op het vlak van expertise en gespecialiseerde technologie. Onder meer in landbouw en agro-industrie, cleantech en waterzuivering, gezondheidszorg, en infrastructuur zijn de noden groot.

**INSCHRIJVEN?** Tot 21 maart 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)

**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** > 09 267 40 80  
[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)





## Africa Health Johannesburg

29 tot 31 mei 2014

Meer info vindt u op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be). De uiterste inschrijvingsdatum is 10 maart. Neem contact op met Kurt Vleminckx op 02 504 88 03 of via [kurt.vleminckx@fitagency.be](mailto:kurt.vleminckx@fitagency.be) indien u erbij wil zijn.

Schrijf u in  
vóór  
10 maart!

# Africa Health: trefpunt voor de gezondheidssector in Zuidelijk Afrika

In Sub-Saharisch Afrika woont slechts 11% van de wereldbevolking, maar dat deel omvat wel 24% van alle zieken op mondiale schaal. Vooral aids en hiv verwoesten er levens. Door de verbeterde economische en levensomstandigheden, wordt geschat dat de gezondheidsmarkt er zal groeien tot 35 miljard dollar in 2016. In het volgende decennium zullen er zo'n 650.000 ziekenhuisbedden moeten bijkomen. De gezondheidszorg is duidelijk booming business. Wil u hier een rol in spelen, schrijf u dan zeker in voor Africa Health 2014.

Afrika telt slechts drie gezondheidsbeurzen van enige betekenis. Dat is niks, voor zo'n immens continent. Tot voor kort bestonden alleen Medica West Africa in het Nigeriaanse Lagos, en Africa Med-Expo in het Keniaanse Nairobi. Daarmee waren West- en Oost-Afrika gecoverd, maar bleef Zuidelijk Afrika in de kou staan.

In mei 2011 organiseerde Informa Exhibitions eindelijk de eerste Africa Health in Johannesburg, Zuid-Afrika. Het land beschikt al over een goed ontwikkelde gezondheidszorg, maar zoekt actief naar buitenlandse technologieën zoals ziekenhuisapparatuur, e-health en diagnostica. Op Africa Health komt dat allemaal uitvoerig aan bod.

### Groeiende interesse voor gezondheidszorg

Vandaag is Africa Health uitgegroeid tot de meest succesvolle en meest internationale gezondheidsbeurs van Afrika. De derde

editie vorig jaar telde ongeveer 390 exposanten, afkomstig uit 53 landen. Ongeveer 5.000 professionals uit 51 landen bezochten de vakbeurs. Dit jaar stellen de organisatoren voor het eerst ook een Hosted Buyers Programme op, om inkopers uit de naburige landen uit te nodigen.

### Product Sample Booth van FIT

Van 6 tot 8 mei kan u er samen met FIT uw bedrijf voorstellen op onze PSB. Bovendien zullen we er – in de marge van de beurs – enkele randactiviteiten organiseren zoals ziekenhuisbezoeken en b2b-afspraken.

### Volledige regio

Zuid-Afrika is een interessante springplank naar de rest van Sub-Saharisch Afrika. Lokale distributeurs bewerken namelijk vaak ook de omliggende landen. Tot slot is Zuid-Afrika bij veel Afrikanen bekend als een populaire bestemming voor medisch toerisme.

### 5 redenen waarom Africa Health een absolute must is!

- 1 De gezondheidszorg is booming business in Zuidelijk Afrika.
- 2 Economische groei laat een grotere gezondheidsmarkt toe, tot 35 miljard dollar in 2016.
- 3 Tegen 2016 moeten er ongeveer 650.000 extra ziekenhuisbedden zijn bijkomen.
- 4 Gigantische afzetmarkt, ontzettend veel opportuniteiten, ook in de rest van Sub-Saharisch Afrika.
- 5 Organisatie van Hosted Buyers Programme om inkopers uit de naburige landen uit te nodigen.



STAP

3

# Verzorg uw research

Bij duurzaam internationaal ondernemen komt heel wat kijken. Uw 'gewone' werkmethode klakkeloos kopiëren in het buitenland is geen goed idee. Zo beperkt u zelf uw kansen. Wil u wel optimaal gewapend zijn om die vreemde markten te tackelen, doe dan uw voordeel met onze tien slimme stappen voor internationaal ondernemen. Vorige maand kwam de stap 'Maak een exportplan op' aan bod.

De derde stap maakt niet echt deel uit van een chronologisch faseplan, maar is een tip die relevant blijft, namelijk werk maken van een grondige research. Kiezen is altijd moeilijk, tot u beschikt over de nodige informatie. Dan lijkt de juiste beslissing vanzelf naar boven te drijven. Om die gegevens te verzamelen, moet u uit op onderzoek. Dat kan in eerste instantie online: het internet is een onmetelijke bron van interessante info, statistieken, rapporten enzovoort. Maar daarna is het belangrijk dat u die verzamelde data aan de werkelijkheid toetst.

## Onderzoek de markt

Niet iedereen beschikt over tijd, geld, mankracht of kennis om een gedegen marktonderzoek te voeren. U kan dan een markt bureau of een consultant inschakelen. Via een marktstudie komt u te weten op welke marktsegmenten u met uw product of dienst het best kan mikken en hoe u die bereikt. U leert welke de snelst groeiende en meest beloftevolle segmenten zijn. Ook ontdekt u de heersende trends en krijgt u een

beter zicht op wat de toekomst brengt. Voorts leert u de beperkingen en gebruiken van uw doelmarkt kennen, net als de concurrentie waarmee u de strijd zal moeten aangaan. En dat is nog maar een greep uit de mogelijke resultaten. Alles hangt af van uw onderzoeksvragen.

## In de praktijk

Heeft u het gevoel dat u uw doelmarkt al wat beter kent, dan is het tijd om reisplannen te maken. Bezoek vakbeurzen en probeer aan de meest relevante zelf deel te nemen. FIT kan u daarbij een duwtje in de rug geven. Vraag het ons, we helpen u graag. Of ga op prospectie. Daarvoor kunnen we u lijsten van potentiële klanten en partners bezorgen, want hen opzoeken is de beste manier om te checken of u uw veronderstellingen al dan niet moet bijsturen.

## Enkele handige sites om te starten

Uiteraard raden wij u aan om eerst de uitgebreide landendossiers op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) te raadplegen.

Daarnaast zijn ook de nationale handelswebsites van uw doelland(en) erg interessant. Bij banken en belangenorganisaties zoals Voka, UNIZO en Agoria sprokkelt u ook heel wat interessante gegevens bij elkaar. Vergeet tot slot ook niet online te netwerken. Via fora van landenclubs, bijvoorbeeld, verneemt u veel over culturele gewoontes, wat de lokale noden en verzuchtingen zijn, maar ook de opportuniteiten.

## Aan de slag

Voor alle vragen over export staan wij tot uw dienst. Neem daarvoor contact op met ons provinciaal kantoor in uw buurt. U vindt alle contactinfo op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be).



# DE BESTSELLER TO SELL BETTER IN HET BUITENLAND

Internationale plannen voor uw onderneming? Bestel dan gratis het boekje '101 veelgestelde vragen over internationaal ondernemen'. De inhoud is to the point en handig voor elk bedrijf dat zich vragen stelt over exporteren en ondernemen in het buitenland.

U kan het gratis bestellen op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)



**Flanders Investment & Trade**  
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen