

Magazine voor internationaal ondernemen

wereld wijs

61
02\2014

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

**La fille d'O
verleidt van Gent tot Sydney**

Arabische Lente: een nieuw geluid?



04



In gesprek met **la fille d'O**

W India =
Vlaanderens
2e grootste
afzetmarkt
buiten Europa.” 23

Arabische Lente: een nieuw geluid?



en verder ...

3 Editio / **8** Marktinformatie \ **10** FIT EXPORTbarometer \ **12** Intussen... \ **13** Land Beloftevol Kroatië
\ **25** Kalender \ **27** Tien slimme stappen voor internationaal ondernemen → Stap 2: Maak een
exportplan op

“Ontmoet op erg korte tijd de juiste mensen in uw doelmarkt”

Beste lezer,

Een groeimarkt met zo veel potentieel als India ontvangt geregeld buitenlandse delegaties, op dat vlak is het Aziatische BRICS-land wel wat gewoon. Maar een zending met zo'n groot aantal deelnemers als tijdens de Belgische prinselijke missie eind november vorig jaar ... zoiets was zelden eerder gezien.

Bijna 350 zakenlui, vertegenwoordigers van organisaties en toppolitici zoals Vlaams minister-president Kris Peeters, trokken onder leiding van prinses Astrid naar India om er de markt af te tasten of te betreden. Om er nieuwe contacten te leggen en huidige banden nauwer aan te halen. Om er hun bestaande activiteiten op te drijven of alvast de aanzet daarvoor te geven.

Op amper een week tijd spraken ze met en werden ze gehoord door zowat tweeduizend Indiërs, verspreid over New Delhi, Mumbai en Chennai.

Dat is de kracht van een economische zending: op erg korte tijd de juiste mensen ontmoeten in uw doelmarkt. En hoewel de media-aandacht van een prinselijke missie niet te onderschatten is, zien we ook bij groepszakenreizen met een beperktere omvang dat de deelnemers mooie resultaten boeken.

Want wij reiken slechts de kapstok aan, de bedrijven zorgen voor de eigenlijke aankleding en de resultaten. Ook al is de voorbereiding niet te onderschatten, veelal begint voor hen het echte werk pas na de missie: algemene follow-up, concretere afspraken, eventueel een nieuw bezoek om de details persoonlijk te bespreken, de deal sluiten en die ook succesvol nakomen.

Telkens een bedrijf daarin slaagt, juichen wij mee. Want dat iemand in het buitenland voor een Vlaamse speler kiest, is geen evidentie. En toch hebben we een ontzaglijk aantal voorbeelden die het bewijzen, elke keer opnieuw. Daar mogen we best wat trotser op zijn.

Wil ook u die stap naar het buitenland zetten met ons? Vraag het aan onze medewerkers in onze provinciale kantoren, we begeleiden u met veel plezier.

Claire Tillekaerts
Gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade



Colofon

Wereldwijs is een uitgave van

Flanders Investment & Trade

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





La fille d'0 verleidt van Gent tot Sydney

La fille d'O is het lingerie-label van Murielle Scherre. Zij belichaamt een typische 'fille d'O': creatief, eigenzinnig en zelfverzekerd. Iemand die niet (meer) over de ideale modellenmaten beschikt, maar wel perfect blij kan zijn met haar lijf. Een vrouw die niet alleen een glamoureuze stoeipoes is, maar ook werkt, sport en borstvoeding geeft. Of soms ook tegenslag kent en met een borstprothese verder moet. La fille d'O is er voor vele moods en levensfasen, maar altijd primeert het esthetische.

Murielle Scherre verenigt vele rollen in één persoon. Zo is ze – naast lingerieontwerpster – ook bedrijfsleidster, auteur, presentatrice, dj en moeder. Dat moet een boeiend gesprek opleveren. Daarom trok Karla Laheye, Adviseur Internationaal Ondernemen van ons provinciaal kantoor Oost-Vlaanderen, naar de winkel van la fille d'O in Gent.

Heupen bijvullen

Karla Laheye: "Ruim tien jaar geleden lanceerde je la fille d'O. Al meteen was je collectie anders dan bij de andere lingerie merken. Zo schenk je evenveel aandacht aan de achterzijde van je creaties als aan de voorkant, en is het gamma zeer breed. Een bewuste zet?"

\\ **Wat wij doorsnee of choquerend vinden, is in Azië volledig anders. We zijn zo omgekeerd geconditioneerd."**

Murielle Scherre: "Ook al leer je in het begin veel van hoe andere lingerie merken in elkaar steken, toch was concurreren uitgesloten. Als je maar over een fractie van hun middelen beschikt, is dat bij voorbaat een ongelijke strijd. Daarom moest ik het wel over een andere boeg gooien.

Van het modellenbureau waarbij ik op dat moment was ingeschreven, moest ik vermageren. Ik woog toen vijftien kilo minder, maar heb van nature brede heupen. Laat ze bijvullen, was het devies. Gelukkig deden mijn ouders, allebei erg van het no-nonsensetype, me meteen inzien hoe krankzinnig dat was. We hebben allemaal imperfecties, we moeten daar het beste van maken. Daarom koos ik voor lingerie en show ik die ook op echte vrouwen, mét rondingen.

Vroeger lagen in mijn lingerie-lade sport-beha's van het ene merk, wat chiquere modellen voor speciale gelegenheden van een ander merk en comfortabele spullen voor dagdagelijkse bezigheden van nog een ander merk. Ik wilde alles in één merk stoppen, waarbij de functionaliteit wel wisselt, maar de esthetiek gelijk blijft. Later kwamen daar ook de borstvoedingsbeha's en beha's voor borstprotheses bij. Geen ander lingerie merk biedt zo'n ruim aanbod aan."

Proefondervindelijk

Karla Laheye: "Ook al ontwierp je aanvankelijk vooral op je eigen lichaam, ondertussen vindt iedereen zijn gading bij la fille d'O. Hoe weet je wat werkt en wat niet?"

Murielle Scherre: "Het spreekt voor zich dat ik het makkelijkst op mijn eigen lichaam ontwerp, want niemand is kritischer voor mijn ontwerpen dan ikzelf. Hoe doorstaan ze de vele wasbeurten, zijn ze comfortabel, hoe kan ik ze combineren... Kledij kan je passen op poppen, maar lingerie niet, want borsten zijn flexibel. Helaas heb ik maar één lijf, ik kan er geen vijf hebben, dus ik moet wel anderen lastigvallen. Mijn medewerkers weten inmiddels dat ze best geen ingewikkelde kledij aantrekken. Om de haverklap passen ze een nieuw stuk. Daarnaast zijn er enkele klanten die me hun ongezoete mening geven. Daar leer ik uit."

Nul procent foutmarge

Karla Laheye: "Sommige modellen van tien jaar terug zijn intussen klasieters geworden. Breng je daarin nog verbeteringen aan?"

Murielle Scherre: "Bij elke collectie leer je bij. Je

leert je klanten beter kennen en ontdekt wat nog beter kan. Als ik een bestaand model opnieuw uitbreng, moet dat altijd slimmer worden. Dat geldt ook voor mijn stoffen. Momenteel bestaat mijn basistule in vier of vijf verschillende stoffen. Telkens ik verander van kleur, moet ik een nieuwe ontwikkeling starten in een andere stof. Beter werk ik met één stof, een soort template. Het lijkt een detail, maar dergelijke microveranderingen laten me wel toe om hier te blijven produceren. Even leek het erop dat we een deel van onze productie naar het buitenland moesten verhuizen, maar dat plan is nu van de baan."

\\ **De impact van internet op het internationale parcours van la fille d'O is onmiskenbaar."**

Karla Laheye: "Terwijl vroeger je stoffen ook nog uit Slovenië kwamen, komen die nu hoofdzakelijk uit België, en in mindere mate uit Frankrijk en Duitsland, maar ze zijn altijd lokaal geproduceerd. Vanwaar die verankering?"

Murielle Scherre: "Ik heb de optie van delocalisatie onderzocht, maar wat ik daarbij zou winnen, verlies ik opnieuw aan reistijd en langere communicatielijnen. Bovendien beheersen de vrouwen waar ik mee samenwerk het ambacht zo sterk. Al dertig jaar maken ze lingerie, waarvan al ruim tien jaar voor mij. Ze hebben mijn merk zien groeien en zijn er zo mee verbonden. Om een voorbeeld

te geven: in productie is er gewoonlijk een foutmarge, bij ons is dat nul procent. Die passie voor lingerie, dat kan ik onmogelijk vragen aan pakweg Chinese arbeiders die nog nooit van mijn merk



hebben gehoord. Daarom blijf ik uitsluitend in België produceren, als enige in mijn branche."

Karla Laheye: "Zet zo'n arbeidsintensieve productie geen rem op je groei?"

Murielle Scherre: "Het atelier draait niet uitsluitend voor la fille d'O, dus daar zit nog wel marge op. Maar behalve arbeidsintensief is het ook nog eens extreem fijn werk. Op minuscule lapjes stof zijn soms tot wel vier bewerkingen nodig. Alleen al dat exact snijden is monnikenwerk. Dat in de vingers te krijgen, vergt bloed, zweet en tranen. Daarom kiezen nog maar weinigen voor deze stiel, dus voor de toekomst ziet dat er niet goed uit."

Digitale groeischeuten

Karla Laheye: "Zo lokaal je inkoop en produceert, zo internationaal ben je aanwezig met la fille d'O. Volg je daarbij een bepaalde strategie?"

Murielle Scherre: "Al vrij snel was la fille d'O te koop in Nederland, daarna volgde Australië. FIT had me gevraagd om deel te nemen aan een prinselijke missie naar Sydney. Ik stond er op een vakbeurs, weliswaar wat ongelukkig tussen de bovenkledij, maar ik heb er wel een verkoop-punt aan overgehouden."

Toeval is de beslissende factor, daar zit geen uitgekend plan achter. Al is de impact van internet op het internationale parcours van la fille d'O onmiskenbaar. Plots kon ik snel met de wereld communiceren en werd la fille d'O opgepikt in het buitenland."

Compliment of broodroof?

Karla Laheye: "Internet heeft vele voordelen, maar evenzeer nadelen. Iedereen kan anoniem bij je binnenkijken, maar ook met je ideeën aan de haal gaan. Zo zijn je ontwerpen al een paar keer schameeloos gekopieerd. Hoe ga je daarmee om?"

Murielle Scherre: "Sommigen zien plagiaat als een compliment, maar voor mij is dat pure broodroof. Ondertussen ben

ik daar stouter en directer in geworden, ik zet daar meteen mijn advocaat op. Zo heeft de Australische Nicky Zimmerman een kopie van la fille d'O de catwalk opgestuurd. Een klant van mij heeft een foto met links het origineel en rechts haar kopie gepost met daarop de boodschap 'copycat' en dat is in no time viraal gegaan. Plots kreeg ik telefoons van de Australische media. Uiteindelijk is het

Ik heb de optie van delocalisatie onderzocht, maar wat ik daarbij zou winnen, verlies ik opnieuw aan reistijd en langere communicatielijnen."

bewuste model uit de productie gehaald. Maar dat is klein bier in vergelijking met mijn 'fan' in Bogota. Een oplettende klant stuurde me via Facebook een website door. Daarop stonden vierentwintig modellen afgebeeld, allemaal exacte kopieën van mijn ontwerpen. Zelfs mijn oude tagline 'la révolution est une pratique quotidienne' was gewoon in het Spaans overgenomen! Toen ik dieper begon te graven, viel mijn mond open. Alles wat ik al had gemaakt – stoffen, kleuren, belijningen enzovoort – was klakkeloos overgenomen. Op Twitter zag ik dat de ontwerpster zelfs foto's van mij opnieuw enceneerde en postte als de hare. Dan zie ik maar twee mogelijkheden: ofwel is ze heel achterlijk, ofwel heel erg stout.

Toen ik haar belde, antwoordde ze meteen 'Murielle, I'm so sorry'. Ze wist dat dit telefoontje er ooit ging komen. Omdat ze lingerie wilde leren ontwerpen, maakte ze mijn creaties na. Enerzijds zit je met een gigantische fan, maar anderzijds verkoopt zij dat wel als haar eigen merk. Naast mijn verzoek om de ware toedracht aan haar klanten te communiceren, heb ik ook een schadevergoeding geëist. Leergeld, als het ware."

Kracht van ondernemen

Karla Laheye: "Je zei ooit: 'Ik heb een

aangeboren drang om dingen te creëren, maar een aangeboren tekort om zaken te doen.' Nochtans lijkt je wel een geboren zakenvrouw. Hoeveel waarheid schuilt nog in deze quote?"

Murielle Scherre: "Zolang ik me kan herinneren, ben ik al bezig met dingen te maken. Omdat het zakelijke aspect van een eigen label runnen bij mij niet instinctief komt, volg ik een managementcursus bij de Antwerp Management School. Wat ik inmiddels wel heb geleerd, is dat mijn oude overtuiging – dat ik een grandioze mislukking in dat zakelijke was – niet klopt, maar dat ik mijn zaak gewoon op een andere manier aanpak. Met resultaat, want ik ben het enige lingeriemerk wereldwijd dat al meer dan tien jaar bestaat en nog altijd onafhankelijk is."

Karla Laheye: "Vaak schuilt de kracht van ondernemen erin dat je je laat omringen door de juiste mensen op het juiste moment. In welke mate zoek jij hulp?"

Murielle Scherre: "Ik heb altijd een beroep gedaan op anderen die skills hebben die mij vreemd zijn, maar dat was steeds voor concrete dingen die ik nodig had, zoals een grafisch vormgever, en niet een boekhouder of financieel adviseur. Alles stond stevast in functie van dat maken. Daarom is la fille d'O buitensporig gegroeid op alles wat 'merk' is. Mijn manier van ondernemen is heel gevoelsmatig. Daardoor genieten we een grote credibiliteit bij onze klanten, die houden van een open en transparante aanpak, maar we hadden wellicht al verder gestaan als ik van in het begin ook meer naar de zakelijke kant had gekeken."

Bij buitenlandse winkels veroorzaakt dat nervositeit. In de mode heerst het verwachtingspatroon dat je in je eerste bestaansjaren gelanceerd moet zijn met een Gouden Spool of andere award, of met een veelbesproken defilé in Parijs. Wist je dat ik drie jaar lang mijn collecties heb voorgesteld bij Selfridges in Londen vooraleer ze hebben aangekocht? Zolang hebben ze la fille d'O in de gaten gehouden om te zien of ik wel zou blijven bestaan en hoe ik evolueer. Dat is alsof je drie jaar lang date met iemand die telkens weer zegt dat hij je leuk vindt, maar toch niet voor je kiest. Na het verlossende bericht dat ze hun eerste order hadden geplaatst, volgde meteen een dik dossier met voor-





—ID—

Bedrijf: la fille d'O

Sector: lingerie

Opgericht in: 2003

Omzet 2013: ± 313.000 euro

% van omzet 2013 gerealiseerd in het buitenland: ± 8%

Aantal medewerkers: 5

Verkooppunten in het buitenland: Nederland, Frankrijk, het VK, Australië en de VS

Ontwerpt op maat voor o.a. Lady Gaga en M.I.A.

Stond op de cover van o.a. VOGUE

💡

“Betrekt anderen zodra je het aankomt. Met meer mensen aan boord wordt uw business echt beter.”

waarden: labelling, etikettering, packing list, orderbonnen... Weg euforie, maar het was wel een bijzonder goede leerschool op zakelijk vlak. Lingerie is een onwaarschijnlijke sector om in te groeien. Daarin draait het om techniek en uitgerekend dat hebben we.”

Soep maken

Karla Laheye: “Is het dankzij die techniekbeheersing dat je zo innovatief kan blijven?”

Murielle Scherre: “Nieuwe dingen ontwikkelen in lingerie is mijn dada, maar er is een reden waarom veel andere lingerie merken dat niet doen. Het kost namelijk onwaarschijnlijk veel geld. Bovendien moet je koppiger zijn dan het paard van Christus. Vergelijk het met soep maken. Als er meer zout in moet, voeg je toe. Ik moet de soep weggooien, opnieuw om boodschappen gaan, groenten snijden en soep koken. Pas dan kan ik weer proeven. Daarvoor moet je licht obsessief-neurotisch zijn.”

Amusement in mijn hoofd

Karla Laheye: “Waar blijf jij je inspiratie halen?”

Murielle Scherre: “Geregeld lees je dat

die of die kunstenaar zich een jaar gaat herbronnen, in een klooster in Bhutan of zo. Daarvoor heb ik geen tijd en ben ik te praktisch ingesteld. Tweemaal per dag leg ik de afstand tussen Oostende en Gent af, vaak krijgen mijn ideeën dan meer vorm. Mijn amusement zit in mijn hoofd, ik hoef niet zozeer op inspiratieris. Constant val ik in verwondering. Mijn grootste inspiratie komt van een lichaam

“La fille d’O had wellicht al verder gestaan als ik van in het begin ook meer naar de zakelijke kant had gekeken.”

en vermits ik er hier elke dag veel zie, blijven de ideeën komen. Dat is een eindeloos proces, hoop ik, en anders open ik een dierenasiel.”

Geconditioneerd door cultuur

Karla Laheye: “Voorlopig is dat nog niet het geval. Wat brengt de nabije toekomst je op internationaal vlak?”

Murielle Scherre: “Ik ben uitgenodigd in Sydney en Opening Ceremony heeft aangekocht voor zijn vestigingen in New York

en Los Angeles. Daar ga ik staftrainingen verzorgen en een evenement organiseren. Ook Opening Ceremony in Tokio toont interesse, waar ze het lingerie departement willen uitbreiden. Maar eerst wil ik er de markt aftasten. Zo weet ik beter wat zal werken. Uit een winkel haal ik veel info. Als ik die niet op voorhand heb gezien, ga ik niet beweren dat ik hen kan adviseren.

Ik voel dat Azië in de lucht hangt, maar het is een moeilijke markt. De communicatie is een barrière: niet alleen de taal, maar ook in de manier waarop zij seksualiteit beleven. Wat wij doorsnee of choquerend vinden, is bij hen volledig anders. We zijn zo omgekeerd geconditioneerd. Zelfs voor de Amerikaanse markt geldt dat, waar ze veel preutser zijn dan bij ons. Mijn modellen zijn vaak transparant en niet-voorgevormd, waardoor borsten geen uniforme vorm krijgen maar hun natuurlijke vorm behouden, en dat soms ook tepels en schaamhaar zichtbaar zijn. Zelfs in eigen land is dat vaak al te controversieel en kiezen magazines voor lingerie merken die meer verhullen. Ik heb dus nog wat grenzen af te breken.”

Klaar voor de volgende stap in uw internationaliseringsproces?

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

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

Marktinformatie



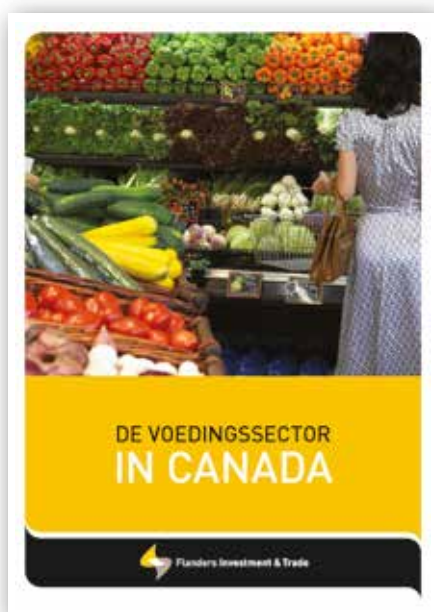
ICT-industrie in Zuid-Korea

Zuid-Korea is een powerhouse en exportmonster op het vlak van ICT. Ontdek in deze marktstudie welke rol de overheid speelt in de toekomst van die sector. Behalve een beeld van de omvang van deze Aziatische markt, krijgt u ook per subsector enkele trends, opportuniteiten en tips om de markt te benaderen.



Clean energy industry in Singapore

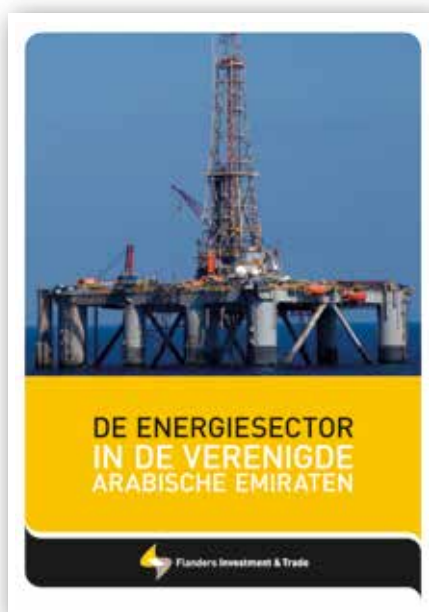
De cleantechindustrie in Singapore valt uiteen in twee hoofdsectoren: hernieuwbare energie en watertechnologie. In 2015 zal de volledige sector wellicht 1,7 miljard Singaporese dollar bijdragen aan het bnp van Singapore, en 7.000 jobs creëren. In deze studie ontdekt u hierover meer. Daarnaast vindt u een lijst van de belangrijkste sectorspelers en een overzicht van relevante vakbeurzen.



↑

De voedingssector in Canada

Nieuwe trends in de Canadese voedselconsumptie creëren opportuniteiten voor nieuwe spelers. Na een algemeen beeld van de Canadese voedingssector vindt u in deze studie meer info over het belang ervan, de veranderende trends en de reglementering op het vlak van handel in voedingsproducten. Tot slot bevat dit rapport adressenlijsten van invoerders, verdelers, retailers en consultants, en een overzicht van de belangrijkste vakbeurzen en federaties.



↑

De energiesector in de VAE

In deze energiestudie komt onder meer aan bod: bestaande infrastructuurprojecten, lopende en aangekondigde energieprojecten, hernieuwbare energie, hoe deelnemen aan aanbestedingen en vakbeurzen.



↑

Zakendoen met de Verenigde Naties

Ondernemers worden doorgaans afgeschrikt door het ingewikkelde netwerk van organisaties waaruit de Verenigde Naties is opgebouwd. Ook de vermeende complexiteit van de aankoopprocedures vormt een drempel. Toch is zakendoen met de Verenigde Naties niet zo ingewikkeld, deze handleiding zet u op weg.

Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

EXPORTbarometer Vlaanderen 2013

De exporttrends bij Vlaamse kmo's in kaart brengen. Dat is wat we beogen met de EXPORTbarometer. Eind mei 2013 hielden we een enquête waaraan 627 Vlaamse exporterende bedrijven deelnamen. Daarin vroegen we onder meer naar hoe zij het huidige exportklimaat aanvoelen en hoe sterk hun vertrouwen in het globale economische klimaat is. Ook polsten we naar hun toekomstverwachtingen op exportvlak. Deze bevraging zullen we jaarlijks organiseren, zodat we trends zullen kunnen waarnemen, benchmarks onderscheiden en anticiperen op verwachtingen. Dankzij de EXPORTbarometer ontdekken we immers welke landen Vlaamse exporteurs interessant en veelbelovend vinden.

PROFIEL BEDRIJVEN



627
N = 627

medewerkers



90%
Micro- en kleine bedrijven
(<50 medewerkers)

activiteiten



54,3% goederen
26,5% diensten
19,1% goederen & diensten

omzet



> 60%
Omzet tot 2,5 miljoen euro

EXPORTbarometer

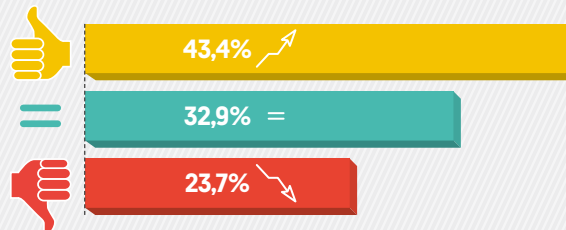


WIL U MEER WETEN OVER DE EXPORTBAROMETER?

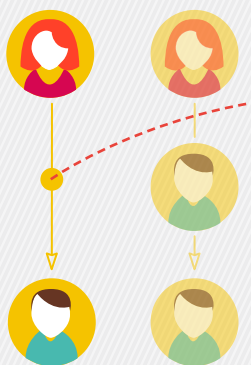
U kan alle antwoorden gebundeld lezen in de brochure EXPORTbarometer. Die kan u downloaden op www.flanderstrade.be, in de rubriek Publicaties. Heeft u toch nog vragen? Neem dan contact op met Peter Jaspers via peter.jaspers@fitagency.be.

HUIDIGE EXPORTKLIMAAT

Evolutie export



distributie



Meerderheid verkoopt rechtstreeks aan de klant

knelpunt



Grootste knelpunt: vinden van goede commerciële partner

e-verkoop

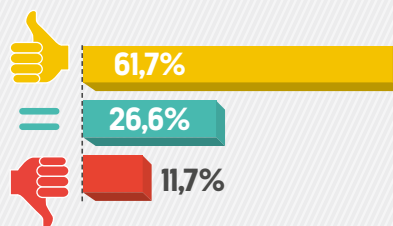


21,3% verkoopt via internet

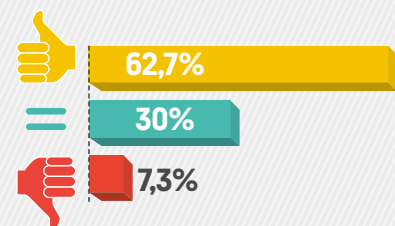
TOEKOMSTVERWACHTINGEN



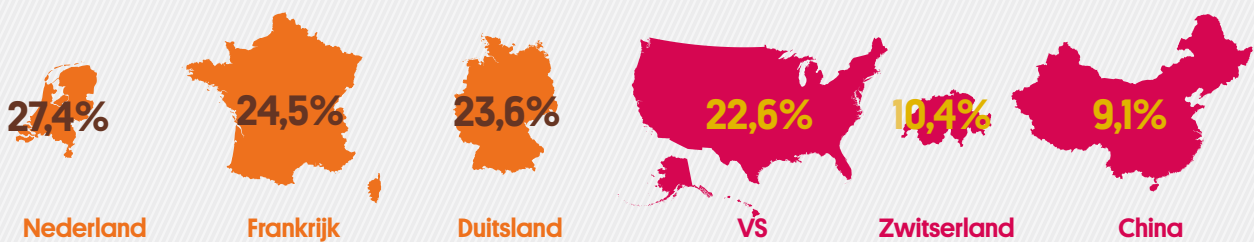
Algemeen: positief



% kmo's dat een omzetstijging verwacht



% kmo's dat een groei van het export-aandeel in hun omzet verwacht



Top 3 – Waar wordt meeste exportstijging verwacht? – binnen EU

Top 3 – Waar wordt meeste exportstijging verwacht? – buiten EU

Intussen ...

VITO en de Indian Oil Corporation, India's nationale trots, stappen samen in R&D voor bio-elektrochemie. Ze zullen gezamenlijk onderzoeken hoe CO₂ kan worden gebruikt als hernieuwbare en duurzame bron voor de productie van chemicaliën en energie.

De Duits-Zwitserse logistieke gigant Kuehne + Nagel breidt zijn hub in Geel met de helft uit. Daarvoor is 15 miljoen euro uitgetrokken. Bovenop de 350 huidige medewerkers zullen er 100 nieuwe collega's aan de slag kunnen.

Het Dendermondse INVE Aquaculture is wereldmarktleider in kweekvoer voor garnalen en zeevissen wanneer die pas uit het ei komen. Omdat de traditionele visvangst de vraag niet kan volgen, wordt verwacht dat aquacultuur de komende jaren nog fors zal groeien.

Sabic investeert 8 miljoen euro in zijn fabriek in Genk voor de opening van een tweede productielijn voor Stamax. Wereldwijd bevat één op de drie geproduceerde auto's het composiet Stamax.

“Innoveren om met nieuwe technologie de concurrenten te snel af te zijn, vervolgens zelf die producten maken en ten slotte diensten leveren na verkoop. Die leveren het merendeel van de winst op en verankeren je klantenrelatie.”

Ronnie Leten, CEO van de Zweedse industriële groep Atlas Copco en Manager van het Jaar (Trends)

SBE kreeg de opdracht om de technische haalbaarheid van het Nicaraguakanaal te onderzoeken. Het studie-bureau uit Sint-Niklaas is daarmee niet aan zijn proefstuk toe. Zo was het onder meer ook verantwoordelijk voor het conceptueel ontwerp van de nieuwe Panamasluizen.

Het meest verkochte model van de Zweedse autobouwer Volvo Cars in 2013 werd in Gent gebouwd: de XC60.

Nooit eerder wilden zo veel (ex-) ondernemers hun geld en expertise investeren in start-ups, meldde BAN Vlaanderen, het netwerk voor businessangels. Bovendien nam ook het geïnvesteerde bedrag toe.

Mazda blijft ook de komende vijf jaar zijn Europese import via de havens in Antwerpen en Zeebrugge organiseren. Het Duitse Bremerhaven was ook in de running, maar ondanks de hogere loonkost gaven vooral de geografische ligging en de sociale stabiliteit van de Vlaamse havens de doorslag.

Na een megadeal van 1 miljard dollar is het Antwerpse Euronav – geleid door Vlaming Marc Saverys – de grootste beursgenoteerde rederij ter wereld. Euronav neemt vijftien moderne superolietankers over van de Deense scheepvaartgroep Maersk. Daarnaast gaat Marc Saverys zich ook volop toeleggen op de markt van natuurlijke suikervervanger stevia.

GPCA (Gulf PetroChemical Association), de vereniging van (petro) chemiebedrijven in de golfstaten, publiceerde eind 2013 een rapport. Daaruit blijkt dat binnen de EU België de belangrijkste distributiehubs voor chemie uit het Midden-Oosten is. Dat de haven van Antwerpen de grootste geïntegreerde petrochemische cluster van Europa huisvest en daardoor de expertise rond veiligheid in huis heeft, speelt ongetwijfeld een belangrijke rol in dit succesverhaal.

7.500

De Atlantic Klipper bracht vanuit Madagascar een eerste lading van 7.500 ton lychees naar de haven van Zeebrugge. Daar werd het fruit gelost bij de Belgian New Fruit Wharf. Nadien gaan de lychees naar zowat alle Noord-Europese landen.



Kroatië

Vergeet Frankrijk en Italië, sinds enkele jaren scheert Kroatië hoge toppen als hippe mediterrane reisbestemming. Het land heeft daarvoor vele troeven: zonovergoten eilanden, een ongerepte natuur, een heerlijke keuken en zelfs een zeker glamourgehalte, sinds supersterren als Beyoncé, Brad Pitt, Gwyneth Paltrow en George Clooney er hun vakantie doorbrachten. Maar is het jongste EU-lid ook de nieuwe zakenbestemming?





3 vragen van een Vlaamse ondernemer, 3 antwoorden van onze vertegenwoordiger ter plaatse, Antonio Garcia

1 Waarom moet ik Kroatië overwegen en niet een andere markt?

Kroatië ligt vlakbij alle Europese markten en beschikt over uitstekende vervoersverbindingen – weg, trein, rivier en zee – naar de rest van Europa en Azië. Bovendien biedt de vernieuwde wetgeving over investeringen talrijke voordelen voor potentiële investeerders, die veelal uit de rest van de EU afkomstig zijn. Die voordelen variëren naargelang de omvang van de investering en het aantal nieuwe jobs dat erdoor gecreëerd wordt. Tot slot zijn de arbeidskosten in Kroatië nog relatief laag. Uiter-

aard speelt de doelregio een rol. Zo kost bijvoorbeeld een werknemer in de Kroatische hoofdstad Zagreb meer dan in Slavonië of op sommige eilanden.

Sinds de EU-toetreding in 2013 maakt Kroatië zich op voor meer handelsverkeer met de rest van Europa. De businessmentaliteit leunt dichter aan bij onze manier van zakendoen dan bij die in de rest van het voormalige Joegoslavië, waarnaar Kroatië wel als springplank kan dienen.

2 Waarop moet ik letten als ik de Kroatische markt betreed?

In onze ogen lijken veel aspecten van de lokale markt niet meer van deze tijd, zoals de zware en ingewikkelde douaneprocedures om voedingsmiddelen of medisch-farmaceutische producten in te voeren. Ook moeten vaak onbegrijpelijke administratieve stappen worden genomen. Toch zijn de commerciële aanpak, de technische beheersing en kennis van Kroatische ondernemers erg professioneel en ligt het onderhandelingsniveau hoog.

De Kroatische markt maakt een dynamische ontwikkeling mee en de concurrentie van andere landen is wel degelijk aanwezig. Speel daarom kort op de bal en zet het contact voort zodra de gekozen partner interesse toont voor uw product of dienst.

Het is belangrijk dat u uw invoerkanalen zorgvuldig uitkiest. Ook de keuze van een betrouwbare zakenpartner is cruciaal. Voor die onderhandelingen moet u Engels kunnen spreken en schrijven. Bij de oudere generatie kan u zich eventueel ook behelpen met het Duits.

Wees evenwel altijd voorzichtig met betalingsvoorwaarden. Doorgaans wordt gebruikgemaakt van de dekking van een kredietverzekeraar, een documentair krediet, voorafbetaling of andere manieren om het betalingsrisico in te perken. Tot slot: betalingen met een termijn van dertig dagen worden bijzonder gewaardeerd door om het even welke lokale invoerder.



3 Wat zijn de meest kansrijke sectoren in Kroatië?

Geen enkele sector steekt er met kop en schouder bovenuit. Toch vermeld ik graag enkele erg beloftevolle sectoren:

- **Voedingswaren:** diepvriesproducten, biowaren en in de toeristische regio's scoort ook het high-endsegment in producten als chocolade en vlees goed.
- **Diensten en Facility Management in toerisme:** het gebrek aan georganiseerde diensten is een groot probleem in deze sector.
- **Machines voor de productie en verpakingsindustrie:** voor farma, voeding, metallurgie enzovoort. Veel verpakingswerk wordt nog ambachtelijk uitgevoerd.
- **Bio-energie:** nu pas in de lift, maar het Fonds voor Milieubescherming en Energetische Doeltreffendheid doet enorme inspanningen voor de verzameling en verspreiding van subsidies.
- **Afvalbehandeling:** expertise en uitrustingen op het vlak van recycling, composteren enzovoort.
- **Waterbeheer en afvalwaterbehandeling:** het verlies door lekkende waterleidingen bedraagt – afhankelijk van de zone – 46 tot zelfs 91%! In het hele land zijn de waterleidingen dringend aan vervanging toe.
- **Diensten, uitrustingen en knowhow** in het kader van gesubsidieerde projecten door de EU, de Europese Bank voor Wederopbouw en Ontwikkeling en de Wereldbank.
- **Regionale ontwikkeling:** expertise in onder meer milieubescherming, alternatieve vormen van toerisme en infrastructuurverbeteringen.

Met andere woorden

Bestempel Kroatië nooit als een 'voormalig Oostblokland'. Ook opgepast als u dit land een 'Balkanland' of 'voormalige Joegoslavische republiek' noemt. Kroaten zijn immers erg trots en nationalistisch ingesteld. Een veilige keuze is 'een mediterranea land'.

En ... actie!

Van 10 tot en met 14 maart 2014 organiseren FIT en AWEX een multisectorale handelsmissie naar Kroatië, Slovenië en Servië. Op vijf dagen tijd ontdekt u de zakelijke mogelijkheden in die drie landen. Een voordelige formule die bij uitstek geschikt is voor een eerste bezoek aan de regio. Op www.flanderstrade.be vindt u meer info.

DO

- Bereid uw eerste bezoek goed voor en zoek wat info op over de lokale cultuur.
- Verzorg de follow-up en beperk u daarbij niet tot e-mailverkeer.
- Probeer minstens eenmaal per jaar uw klanten of distributeurs op te zoeken.

DON'T

- Denk niet dat Kroaten nog in de middeleeuwen leven. Velen hebben in het VK, de VS, Duitsland of Oostenrijk gestudeerd.
- Vermijd de onderwerpen politiek, godsdienst of de burgeroorlog, tenzij uw gesprekspartner dit aansnijdt.
- Ga er niet van uit dat alle Kroatische ambtenaren corrupt zijn en dat bijgevolg veel zaken onder de tafel worden geregeld.

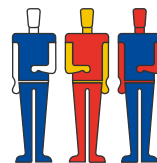
Meer weten over zakendoen in Kroatië?

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

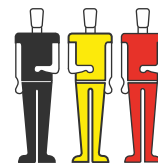
Factsheet Kroatië



OPPERVLAKTE
56.594 KM²



AANTAL INWONERS
4.480.043 (2012)



AANTAL BELGEN
(ingeschreven in Zagreb)
376 (2013)



OFFICIËLE TAAL
KROATISCH

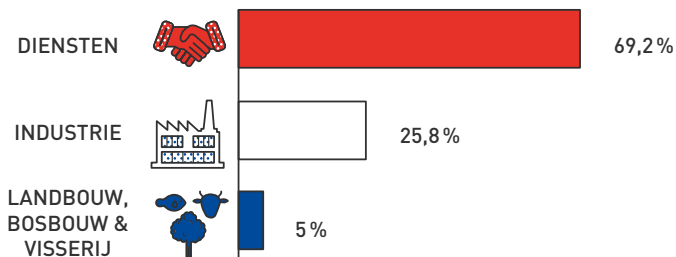


MUNTEENHEID
KUNA
€ 1 = 7,63 HRK (01/2014)

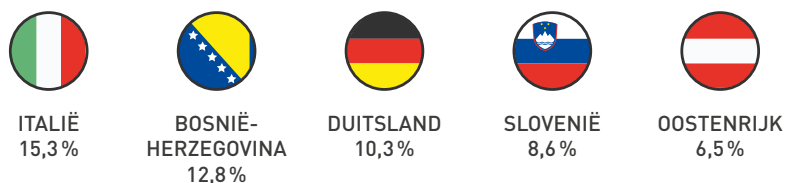


De **STROPDAS** is een Kroatische uitvinding en op 18 oktober vieren de Kroaten de 'Dag van de Stropldas'

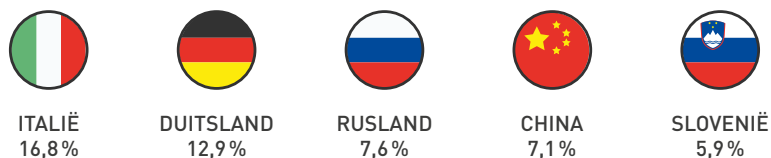
Aandeel economische sectoren in bbp (2012)



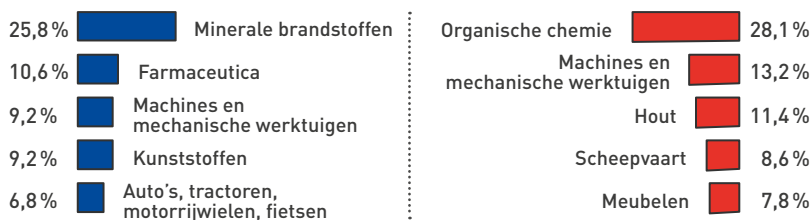
Belangrijkste exportbestemmingen (2012)



Belangrijkste leveranciers (2012)



Vlaamse export naar Kroatië: € 199,2 miljoen (2012)



Vlaamse import uit Kroatië: € 69,1 miljoen (2012)

Arabische Lente: een nieuw geluid?

De afgelopen twee jaar domineerden onrust, revoltes en chaos de berichtgeving over Noord-Afrika. Voor veel Vlaamse ondernemers met internationaliseringsplannen in de regio het signaal om hun plannen in de koelkast te houden. Of klinkt er toch stilaan een nieuw geluid? Wereldwijs vroeg experts van FIT, AWEX en Brussel Invest & Export naar een stand van zaken voor Marokko, Algerije, Tunesië, Libië en Egypte.



1. Marokko

Tot het voorjaar van 2012 vonden in het hele land demonstraties plaats voor meer vrijheid en democratie, geïnspireerd door de andere opstanden in de regio. Vandaag is de rust teruggekeerd in Marokko, zeker in vergelijking met sommige andere Maghreblanden. “Met zijn relatief goede infrastructuur en geschoolde arbeidskrachten biedt dit FIT-focusland heel wat ondernemerskansen”, aldus Conny Van Wulpen, sinds twee jaar VLEV in Casablanca.

“Na een tegenvallende graanoogst en teleurstellende exportcijfers voor de fosfaatindustrie in 2012, was vorig jaar een opsteker voor de Marokkaanse economie. Recordoogsten werden binnengehaald en het toerisme begon te herleven. Keerzijde van de medaille is dat het land met een reeks structurele problemen blijft kampen, zoals een negatieve handelsbalans en een grote overheidsschuld.”

Meerjarenplannen

Met tal van kansrijke sectoren voor buitenlandse ondernemers staat Marokko terecht op de lijst van FIT-focuslanden. Conny Van Wulpen: “Voor automotive, elektronica, luchtvaart, (hernieuwbare) energie en toerisme rolde de overheid meerjarenplannen uit met een reeks subsidiemaatregelen. Maar ook de sectoren voeding en logistiek houdt FIT nauwlet-

tend in het oog, op zoek naar zakenkansen voor Vlaamse bedrijven.”

Bouw herleeft

Voor de bouwsector, die het een periode hard te verduren had, is eveneens beterschap in zicht. “Doelstelling is om via de aanleg van autosnelwegen nieuwe gebieden te ontsluiten voor economische ontwikkeling”, legt Conny Van Wulpen uit. “Weginfrastructuur krijgt absolute prioriteit, maar ook in haven- en luchthavenuitbreiding en in de hst-lijn Tanger-Casablanca wordt zwaar geïnvesteerd. Om nog maar te zwijgen over prestigeprojecten als de Casablanca Marina. In totaal zijn meer dan een miljoen Marokkanen aan de slag in deze strategische sector, maar ook voor Vlaamse aannemingsbedrijven, ingenieursbureaus en materialenproducten vallen er zeker kansen te rapen.”

Trage administratie

Hoewel dit land heel wat in petto heeft voor buitenlandse ondernemers en handelsakkoorden met de EU voor een relatief vlotte markttoegang zorgen, wijst onze expert op enkele hindernissen: “Ga er goed voorbereid heen. Hou rekening met lange betalingstermijnen en een trage justitie en administratie, en wees beducht voor corruptie.”



2. Algerije

Rudy Mertens, Handelsattaché Brussel Invest & Export in Algiers, omschrijft Algerije als een oase van stabiliteit in een turbulente regio. Maar niemand kan voorspellen wat de nakende presidentsverkiezingen zullen brengen voor deze rijke, door gas en olie gedomineerde economie.

“De verkiezingen in april zorgen voor flink wat nervositeit in de bedrijfswereld”, steekt Rudy Mertens van wal. “Grote beslissingen worden uitgesteld en iedereen neemt een afwachterende houding aan. Zal de huidige conservatieve president ondanks zijn zwakke gezondheid een vierde mandaat ingaan? Zal er eindelijk een nieuwe wind waaien? Of staat het grootste land van Afrika opnieuw aan de vooravond van een turbulente periode?”

Ondernemerschap

“De socialistische koers van de vorige regeringen met de bijbehorende overheidsinmenging in de economie hebben het ondernemerschap gefnuikt”, legt Rudy Mertens uit. “De Algerijnse economie draait op een select clubje van grote privébedrijven, de kmo-markt daarentegen kreunt onder een gebrek aan ontwikkelingskansen.”

Diversificatie

Olie- en gaswinning zijn de sterkhouders van de Algerijnse economie. Rudy Mertens: “Onlangs werd een nieuw olieveld ontdekt dat goed is voor één miljard vaten. Toch begint het de regering te dagen dat diversificatie noodzakelijk is om de toekomst veilig te stellen. Tal van sectoren kunnen een duwtje in de rug gebruiken: bouw en infrastructuur, transport, farma, milieutechnologie, gezondheidszorg, training en certificering, en uiteraard de – erg slecht georganiseerde – landbouw.”

Consumentenmarkt

Bovendien wordt ook Algerije stilaan een consumentenmarkt. “Wie lokale ondernemingen kan helpen om hun klantgerichtheid naar een hoger niveau te tillen of om hun producten slimmer aan de man te brengen, zal met open armen worden ontvangen”, verklapt Rudy Mertens. “Vandaag is er een totaal gebrek aan ‘notion of service’.”

Gesloten economie

Hoewel de zakenkansen er legio zijn, blijft de Algerijnse markt erg gesloten voor buitenlandse ondernemers. Bovendien vormen de sterke bureaucratie, de operationele passiviteit en de licht geïnstitutionaliseerde corruptie zware handicaps. Rudy Mertens: “Velen laten zich ontmoedigen door die marktbarrières. De aanhouder ziet dit echter als een extra opportuniteit: de concurrentie is er niet moordend.”

Clusters

De handelsattaché sluit af met enkele gouden tips: “Trek zeker de Belgische kaart, want onze zakelijke reputatie is er uitstekend en er zijn geen negatieve gevoelens ten aanzien van ons land. Probeer een cluster te vormen met andere ondernemers binnen je branche en benader samen de markt. En besteed vooral veel tijd aan netwerken en lobbyen, want Algerije is een traag land. Op de lange termijn zullen je inspanningen worden beloond, de hoge succesratio's voor openbare aanbestedingen zijn daar een mooi bewijs van.”

! Dit artikel bevat een stand van zaken van eind december 2013. Uiteraard kan de situatie in elk van deze landen door actuele gebeurtenissen snel veranderen en (zakelijke) adviezen wijzigen. Voor actuele reisadviezen, check diplomatie.belgium.be

3. Tunesië

Sinds de Jasmijnrevolutie, die protesten in de hele Arabische wereld in gang zette, verkeert Tunesië in een noodtoestand die economisch zwaar zijn tol eist: ratingagentschappen verlagen keer op keer de kredietwaardigheid en het World Economic Forum pakte evenmin uit met positieve prognoses.

Frederic Du Bois de Vroylande, handelsattaché voor AWEX in Tunis sinds 2009, schetst de situatie: "Op korte termijn domineert de onzekerheid en de overgangsregering slaagt er niet in om daar verandering in te brengen. Intussen tekenen we een verslechtering van tal van economische indicatoren op: een stijgende jeugdwerkloosheid, een koers-

verlaging van de dinar en een stijgende overheidsschuld."

Toerisme en industrie lijden

De populaire badplaatsen Monastir en Sousse werden recent opgeschrikt door zelfmoordaanslagen. "Maar ook de industrie heeft het hard te verduren", aldus Frederic Du Bois de Vroylande. "Tunesië heeft een erg gevarieerde industriële activiteit, van fosfaten over automotive tot energie. Maar de politieke impasse zorgt ervoor dat de productiviteit in de bedrijven sterk is afgenomen."

Technopôles

Nochtans is Tunesië door de vrijhandelszone met de EU een toegankelijke markt. Voorts zijn er flink wat initiatieven om de diversifiëring van de industrie aan te zwengelen: "Per sector werden 'tech-

nopôles' en 'clusters' in het leven geroepen", licht Frederic Du Bois de Vroylande toe. "Dit systeem bevordert niet alleen de samenwerking tussen lokale bedrijven, ook buitenlandse ondernemers krijgen makkelijker toegang tot potentiële handelspartners."

Voorzichtigheid

Omdat de situatie in Tunesië van dag tot dag kan veranderen, raadt Frederic Du Bois de Vroylande ondernemers aan het reisadvies van Buitenlandse Zaken strikt op te volgen. Maar ook op zakelijk vlak is voorzichtigheid geboden: "Van openbare kredietverzekeraar Credendo Group krijgt het land de slechtste score voor zakelijke risico's. Zorg daarom voor een degelijke financiële bescherming en neem voldoende tijd om een vertrouwensband op te bouwen met potentiële zakenpartners."



Actie-
programma
2014 →

Voor meer info, check
www.flanderstrade.be,
www.awex.be en
www.invest-export.irisnet.be



4. Libië

Een daadkrachtige politiemacht opzetten die de orde kan herstellen, is volgens Kamel Abuturkia, handelssecretaris in Tripoli, absolute prioriteit in Libië. Sinds de val van Khadafi zwaaien rebellengroepen er de plak en volgen de gewapende confrontaties elkaar op. De regering slaagt er voorlopig niet in deze spiraal van geweld te doorbreken.

Kamel Abuturkia: "De conflictsituatie verlamt de economie, zelfs de olie- en gaswinning lijdt eronder. Libië is zo goed als volledig afhankelijk van deze grondstoffen. Volgens de prognoses kan het land vanaf 2015 na Algerije de grootste gasproducent van Afrika worden."

Agro-industrie

Nochtans waait er sinds een tweetal jaar een nieuwe wind door de Libische economie die decennialang door Khadafi en zijn entourage werd gemonopoliseerd. "De ontluikende privésector zorgde voor meer transparantie en de corruptie werd ingedijkt", verduidelijkt Kamel Abuturkia. Ook wil Libië de afhankelijkheid van olie en gas terugdringen en andere sectoren ontwikkelingskansen bieden. De agro-industrie bijvoorbeeld, waarvoor de ogen op het buitenland zijn gericht: "De landbouw is

goed voor zo'n 15% van de tewerkstelling. Maar zonder machines, de juiste bestrijdingsmiddelen en knowhow is het onmogelijk om deze sector verder te ontwikkelen."

On hold

"Buitenlandse investeerders wachten terecht op meer stabiliteit om er hun kansen te beproeven of naar het land terug te keren", vervolgt Kamel Abuturkia. "Nochtans zijn de noden enorm. Alle bouw- en infrastructuurprojecten die momenteel on hold staan, moeten weer op gang worden getrokken. Ook de gezondheidssector kijkt naar het buitenland voor de levering van medische toestellen en medicatie. Verschillende Belgische health- en farmaspelers zijn hier trouwens al lang actief."

Koopkracht

Voorlopig raadt Buitenlandse Zaken reizen naar Libië af. "Maar van zodra de rust is teruggekeerd, loont het zeker de moeite om hier poolshoogte te komen nemen", aldus Kamel Abuturkia. "Libiërs hebben de grootste koopkracht van de regio. Je verleidt hen in de eerste plaats met kwaliteit, niet met prijsbrekers. Ga ter plaatse prospecteren. Neem de tijd om thee te drinken en over koetjes en kalfjes te praten. Presenteer concrete projecten, maar weet ook dat een te directe aanpak agressief of zelfs choquerend kan overkomen."

Marokko

Van 24 tot 28 maart organiseert FIT een multisectorale zending naar Casablanca en Agadir. Inschrijven hiervoor kan tot eind januari. Verder bemant FIT een catalogusstand op de milieutechnologiebeurs Pollutec Maroc (15 tot 18 oktober) en nodigt het inkopers uit op het Parijse voedingssalon SIAL (van 19 tot 23 oktober). Tot slot is er via een PSB-stand een Vlaamse vertegenwoordiging op het bouwsalon SIB-DECOBAT (26 tot 30 november).

Algerije

AWEX en Brussel Invest & Export organiseren in juni een multisectorale zending naar verschillende Algerijnse steden. Ook Vlaamse bedrijven kunnen bij deze zending aansluiten. Daarnaast kan u van 12 tot en met 14 februari in Brussel onze vertegenwoordiger ter plaatse spreken tijdens onze Contactdagen.

Tunesië

In maart 2014 bemant AWEX een infostand op 'Health Expo' in Tunis. Verder zorgt AWEX Tunis voor individuele begeleiding van Belgische bedrijven die deze markt willen verkennen. Ook uw exportplannen voor de Tunesische markt kan u aftoetsen tijdens de Contactdagen in Brussel, van 12 tot en met 14 februari.

5. Egypte

In Egypte volgen de revoluties elkaar op. Voor- en tegenstanders van de afgezette president Mursi komen massaal op straat, de terreurdreiging is reëel en de bevolking verward. Geen onnodige reizen ondernemen, is de boodschap in de huidige woelige situatie. Toch wil Haguer Magdi, waarnemend posthoofd in Caïro, blijven benadrukken dat dit land over een enorm economisch potentieel beschikt.

“Met twee zeeën, een machtige rivier, zon en wind beschikt Egypte over de gedroomde natuurlijke reserves, maar de expertise ontbreekt om dit alles degelijk te managen”, vertelt Haguer

Magdi. “Buitenlandse ondernemers die knowhow aanreiken of superieure materialen en technologieën binnenbrengen, zien de Egyptenaren dan ook graag komen.”

Focussectoren

“ICT, groene energie en infrastructuur zijn focussectoren voor de Egyptische overheid”, voegt Haguer Magdi toe. “Maar er wordt ook zwaar geïnvesteerd in prestigieuze bouwprojecten. Denk maar aan de renovatie van het Egyptische Museum in Caïro, waar de Belgische bouwgroep Besix een sleutelrol in speelt.”

Middenklasse

“Daarnaast wordt ook stevig ingezet op een professionalisering van de landbouw”, vervolgt ze. “Zo haalde een Belgische machinefabrikant recent nog een aanzienlijk contract binnen voor de levering van tractoren. En de groeiende stedelijke middenklasse heeft haar oog laten vallen op westerse luxegoederen zoals wagens, kleding en juwelen. Voor het duurere segment consumptieproducten vormt Caïro een ideale testmarkt.”

De juiste mensen

Hoewel Egypte via verschillende handelsakkoorden een laagdrempelige markt is, komt het er voor buitenlandse ondernemers voornamelijk op aan om er de juiste mensen te kennen. Laat je daarom goed begeleiden en neem voldoende tijd om potentiële handelspartners te screenen. Ga niet met de eerste de beste vertegenwoordiger in zee en laat je niet ontmoedigen door het bureaucratische doolhof.

Libië en Egypte

Van 30 november tot 4 december organiseert FIT een handelsmissie naar Libië en Egypte.

Vlaanderen versterkt economische relaties met India tijdens prinselijke missie



De prinselijke missie in cijfers

- 23 tot 30 november 2013
- naar de 3 steden New Delhi, Mumbai en Chennai
- onder leiding van prinses Astrid
- in aanwezigheid van Vlaams minister-president Kris Peeters, minister van Buitenlandse Zaken Didier Reynders en Brussels minister van Economie en Werk Céline Frémault
- in totaal ruim 340 deelnemers, een van de grootste delegaties ooit op bezoek in India
- 137 Vlaamse zakenlui (71 bedrijven, 2 universiteiten, 8 federaties en werkgeversorganisaties)
- ± 40 businessevents
- 31 getekende samenwerkingsovereenkomsten, waarvan 20 met Vlaamse partners

Contacten en netwerking

De sleutelfactoren om India succesvol economisch te openen, zijn de juiste contacten en intensief netwerken. Behalve de 475 individuele b2b-meetings die we organiseerden, bereikten we via de seminars en promotie-events nog 1.130 Indiërs. Daarbovenop kwamen nog ongeveer 650 genodigden naar de officiële Belgische recepties in New Delhi, Mumbai en Chennai.

Focus op sectoren

Tijdens deze prinselijke missie hebben we sterk ingezet op de sectoren cleantech en milieu, infrastructuur, logistiek en stedelijke ontwikkeling. We deden dat onder meer met seminars, in samenwerking met belangrijke partners in Vlaanderen zoals de Agoria Renewable Energy Club en Flanders Cleantech Association.

Diamant: de exportmotor naar India

Ruim 80% van de Vlaamse export naar India en 43% van onze import uit dat land bestaat uit diamant. Logisch dat deze sector een belangrijke rol kreeg. Zo organiseerden we met het Antwerp World Diamond Center, de Hoge Raad voor Diamant en de Antwerpse Diamantbank een diamantontbijt. Daar kwamen 50 Indiase topdiamantairs op af. Voorts openden het certificatiebureau HRD en de Antwerpse Diamantbank officieel hun kantoren in Mumbai. HRD zal eind dit jaar een tweede Indiaas kantoor openen in Surat.

Politieke steun

De deelname van Vlaams minister-president Kris Peeters en minister van Buitenlandse Zaken Didier Reynders in Mumbai en van Brussels minister van Economie en Werk Céline Frémault in Chennai illustreert hoe belangrijk prinselijke missies zijn. Aan Indiase zijde tekenden de ministers van Handel, Nieuwe en Hernieuwbare Energie, Buitenlandse Zaken, en Scheepvaart present. De minister van Nieuwe en Hernieuwbare Energie drukte zijn hoop uit op een Memorandum of Understanding (MoU) tussen India en België voor nauwere samenwerking op het vlak van cleantech.

India = Vlaanderens 2e grootste afzetmarkt buiten Europa.

Aantrekken van investeringen naar Vlaanderen

Niet alleen werd de Vlaamse aanwezigheid in India gepromoot, ook stimuleerden we zo veel mogelijk Indiase bedrijven om in onze regio te investeren. Naast drie high-level invest power lunches en enkele bilaterale ontmoetingen met Indiase investeerders, vonden er ook vier succesvolle investeringsseminaries plaats. In totaal bereikten we hiermee ruim 430 Indiërs. Daarnaast werden tijdens de missie vier nieuwe investeringsdossiers aangekondigd, in aanwezigheid van minister-president Kris Peeters: IM Gears, Autotech, Zenobia Agro en ATS Logistics kiezen voor Vlaanderen. Dat levert samen een totale investering van meer dan 22 miljoen euro en ruim 50 nieuwe jobs op.

FIT tekent Memorandum of Understanding

Ook wij gingen aan de onderhandelingstafel zitten en tekenden een samenwerkingsovereenkomst met de Mumbai Metropolitan Regional Development Authority (MMRDA), de gewestelijke ontwikkelingsmaatschappij van de metropool Mumbai. Het gaat om een structureel samenwerkingsverband om de stedelijke ontwikkeling van Mumbai te bevorderen op het vlak van engineering, logistiek en milieugerelateerde waterwerken. We zullen dat doen via het delen van informatie, de ondersteuning van geïnteresseerde bedrijven en de organisatie van gezamenlijke seminars. Zo wordt de MMRDA, via FIT, de ideale toegangspoort voor Vlaamse bedrijven die willen inspelen op de noden en opportuniteiten rond logistieke infrastructuur in Mumbai.

Een mooi voorbeeld is NP Bridging. Dat mag van de MMRDA een haalbaarheidsstudie voeren voor de bouw van twee bruggen in Mumbai. Dit gigantische project geeft een indicatie van de enorme uitdagingen en tegelijk ook opportuniteiten die er zijn in dat domein in Mumbai.

Er bloeit iets moois tussen de havens

De Vlaamse havens sprongen in de kijker. Zo zullen de haven van Zeebrugge en de havengroep Adani Ports voortaan samen promotie-initiatieven opzetten in Europa en India. Tijdens de missie werd het digitale shipping informatieplatform India Natie gelanceerd. Dat is een gezamenlijk initiatief tussen de haven van Antwerpen en de Association of Multimodal Transport Operators of India. Dankzij India Natie zullen de contacten tussen India en Antwerpen vergemakkelijken en intensifiëren. Volgens Marc van Peel, voorzitter van het Gemeentelijk Havenbedrijf Antwerpen, mogen we gerust spreken van 'de datingsite voor de Indiase en Europese maritiem-logistieke gemeenschap'.

In 2012 exporteerde Vlaanderen voor 7,8 miljard euro naar India, goed voor 98% van de totale Belgische uitvoer naar dat land.

Wil ook u ondernemen in India?

Neem dan zeker contact op met het provinciaal kantoor in uw buurt. U vindt alle contactinfo op www.flanderstrade.be.



kalender

Rusland, Estland, Letland en Litouwen

5 tot en met 12 februari 2014

Kortrijk, Vilvoorde, Antwerpen, Gent en Hasselt

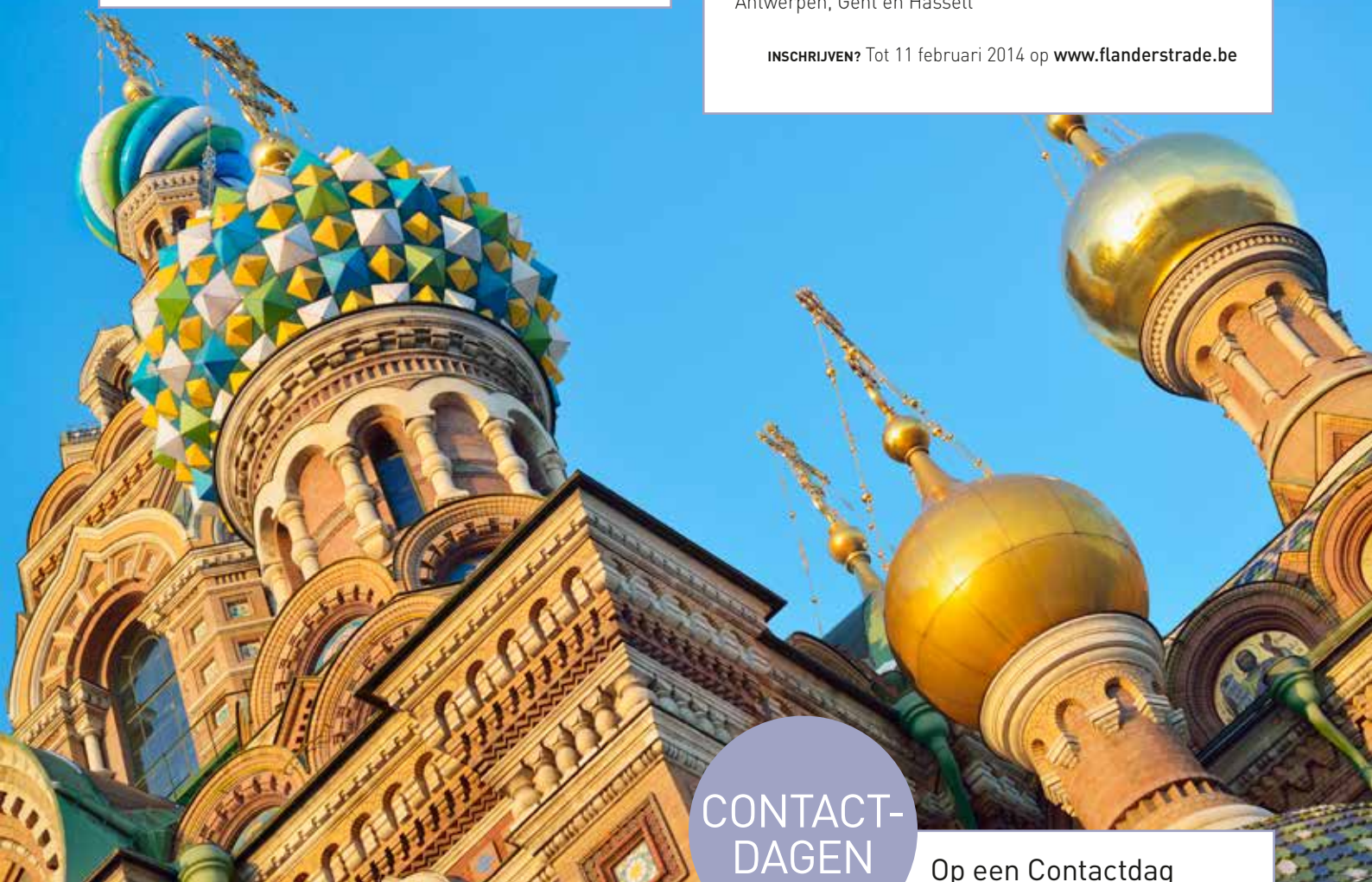
INSCHRIJVEN? Tot 11 februari 2014 op www.flanderstrade.be

Kazachstan, Oekraïne en Oezbekistan

10 tot en met 12 februari 2014

Antwerpen, Gent en Hasselt

INSCHRIJVEN? Tot 11 februari 2014 op www.flanderstrade.be



CONTACT- DAGEN

Algerije en Tunesië

12 tot en met 14 februari 2014

Brussel

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

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

Emballage Parijs

Wanneer? 17 tot en met 20 november 2014

Wat? Business, Innovatie & Toekomst zijn de hoofdthema's van de internationale verpakingsbeurs Emballage. Vier dagen lang delen verpakingsfabrikanten, merken, design-geschappen en trendbureaus hun expertise, onder meer tijdens twintig conferenties.

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

CONTACT? Katty De Vos op 02 504 87 79 of
katty.devos@fitagency.be

GROEPS-
STAND

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

Antwerpen > 03 260 87 22
antwerpen@fitagency.be

Limburg > 011 29 20 80
limburg@fitagency.be

Oost-Vlaanderen > 09 267 40 80
oostvlaanderen@fitagency.be

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

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



Maak een exportplan op

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 eerste stap 'Onderzoek hoe exportrijp uw bedrijf is' aan bod.

Ook de tweede stap is cruciaal voor succes bij internationaal ondernemen, want dankzij het opstellen van een exportplan weet u hoe u te werk zal gaan. Een goed begin is het halve werk, zegt het spreekwoord. En in export klopt dat meer dan ooit. Het exportplan vormt de basis om geïnformeerd en methodisch de export naar uw doelmarkt aan te vatten.

Alleen maar voordelen

Niet alleen krijgt u via het exportplan een goed overzicht van de sterke en zwakke punten van de onderneming, het vormt ook een leidraad bij het exact formuleren, evalueren en bijstellen van uw exportstrategie. Voorts biedt het u de mogelijkheid om een eigen draaiboek te maken, gebaseerd op realistische deadlines. Een aanwezigheid in een buitenlandse markt opbouwen vergt tijd, en daarover bestaan geen regels.

Bovendien kan u veel gericht verantwoordelijkheden toewijzen. En de

communicatie met interne en externe partijen zoals medewerkers, partners, openbare instellingen, banken en verzekeringen, verloopt een stuk makkelijker. Het exportplan schept immers een duidelijk beeld, creëert een meetbare indicator van de verwachtingen en draagt bij tot een resultaatsverbintenis van de bedrijfsleiding.

Wat, waar en hoe

Zijn al uw producten wel geschikt voor export en, specifiek, voor uw doelmarkt? Die denkoefening kan verrassende resultaten opleveren. Kies uw doelmarkt(en) zorgvuldig. Een ondoordachte keuze is vaak de belangrijkste oorzaak voor het falen van bedrijven in hun opzet om duurzaam te exporteren.

Zodra u de knoop heeft doorgehakt, volgt een grondige marktanalyse. Op basis daarvan kiest u op welke doelgroep(en) u zal mikken en hoe u dat praktisch best aanpakt.

Meeste kans op succes

Risico's nemen is eigen aan ondernemen, maar export brengt enkele typische gevaren met zich mee. Tegen de meeste kan u zich gelukkig wapenen. Tot slot moet ook het financiële plaatje kloppen. Een goede financiële planning met duidelijke mijlpalen en minimale doelstellingen opstellen is hiervoor de enige manier.

Aan de slag

Om dit alles uit te werken, is onze handige gids 'In zeven stappen naar een exportplan' het ultieme hulpmiddel. U kan die binnenkort downloaden op www.flanderstrade.be in de rubriek Publicaties. Uiteraard kan u ook altijd onze hulp inroepen, we helpen u graag. Neem daarvoor contact op met onze provinciale kantoren. U vindt alle contactinfo op 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



Flanders Investment & Trade
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen