

# Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

September 2013 nr. 56

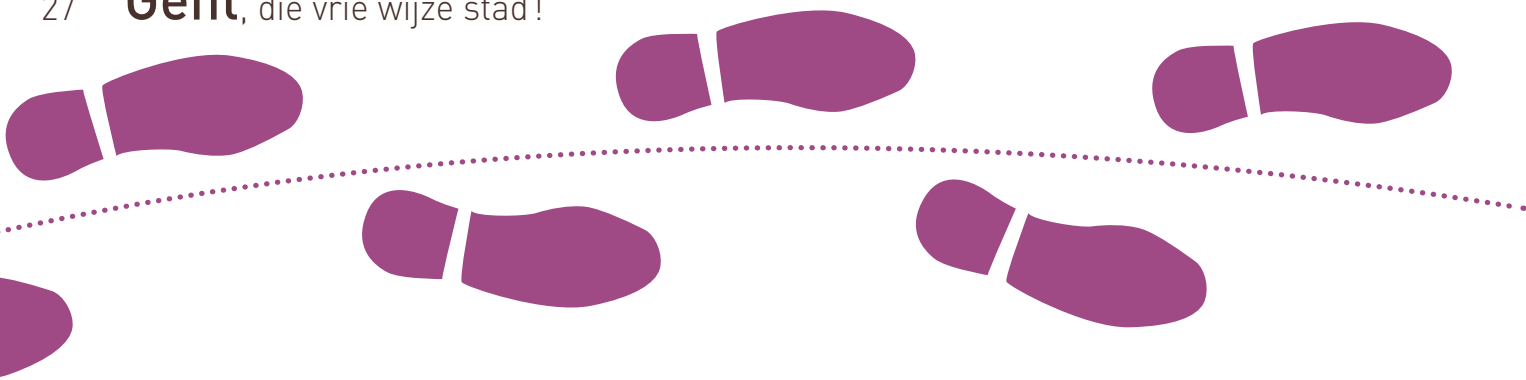
Magazine van Flanders Investment & Trade, Afgiftekantoor Gent X, Bc21170 Gaucheretstraat 90, 1030 BRUSSEL tel. 02 504.87 11 fax 02 504.88 99 www.flandersinvestmentandtrade.com info@itagency.com

**FEops  
pioniert in  
e-health**

**India:  
de hype voorbij?**



- 4 **India**: de hype voorbij?
- 10 Radar
- 11 **FEops** pioniert in e-health
- 14 **Japan**, een oude glorie in goede vorm
- 16 In 15 stappen naar een **succesvol marketingplan**
- 18 Ons **Actieprogramma** voor **2014** in zakformaat
- 19 Recorddelegatie Vlaamse bedrijven op 50e **Paris Air Show**
- 21 Vlaamse bedrijven verkennen **Oekraïne**
- 22 Toen de koning nog prins was: **FIT op VS-missie** met Vlaamse bedrijven
- 24 Vertrek
- 26 "Ik wil mee op het ritme van de **lokale bevolking**"
- 27 **Gent**, die vrie wijze stad!



Wereldwijs is een uitgave van



**Flanders Investment & Trade**

Gaucheretstraat 90  
1030 Brussel  
T 02 504 87 11  
[www.flandersinvestmentandtrade.com](http://www.flandersinvestmentandtrade.com)  
[wereldwijs@fitagency.com](mailto:wereldwijs@fitagency.com)

[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 bedrijfsjournalistiek.

**Hoofdredactie:** Dienst Marketing & Kennisbeheer Flanders Investment & Trade.

**Foto's:** FIT, Trainspot en Bart Lasuy.

**Lay-out en druk:** Vanden Broele Graphic Communications.

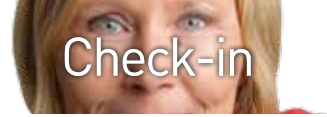
Overnemen of vermenigvuldigen van artikels is uitsluitend toegestaan met vermelding van bron

(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.



**Beste lezer,**

Voor het eerst in vier jaar tijd vertraagden in juni de economische activiteiten in de BRIC-landen, zo blijkt uit een rapport van HSBC. Tegelijk trekt de motor zachtjes weer aan in zowel Duitsland als Frankrijk. Daarmee is volgens verschillende economen een einde gekomen aan de recessie in de eurozone.

Betekent dit dat het tijdperk van de groeilanden voorbij is? Bij buitenlandse investeerders met interesse voor deze bestemmingen is de initiële euforie wat getemperd. Of misschien is het eerder: realistischer geworden. In vele groei-markten verloopt ondernemen immers niet altijd even vlot. Maar wie met correcte verwachtingen en aangepaste inspanningen de markt betreedt, kan er

nog altijd gouden zaken doen. Verderop in deze Wereldwijs leest u verschillende getuigenissen van collega-ondernemers die dat bevestigen.


Daarin zien we één constante: allen deden ze een beroep op de ondersteuning en het advies van anderen. FIT mocht al veel Vlaamse succesverhalen in het buitenland mee helpen schrijven. Niet alleen in verre groeimarkten, maar ook in mature economieën, ver en dichtbij. Waar ook ter wereld, u kan er rekenen op ons netwerk, onze kennis en onze gedrevenheid. U hoeft er zelfs geen grens voor over te steken. Bespreek uw exportplannen met het provinciale kantoor van FIT in uw buurt. We helpen u graag de wereld rond.

Claire Tillekaerts  
Gedelegeerd bestuurder  
Flanders Investment & Trade



# India: de hype voorbij?

Ontdek hoe u er blijvend succes kan boeken



India is hot. Letterlijk en figuurlijk. De temperaturen pieken er naar verzengende hoogtes. Ook pittige streekgerechten doen snakken naar verkoeling. Maar India is evenzeer een land waar zowat de hele zakenwereld zijn zinnen op heeft gezet. De reus op het Zuid-Aziatische subcontinent kan buitenlandse bedrijven enorme welvaart brengen, al gaat dat vaak gepaard met enige frustratie. Een gewaarschuwd ondernemer is er twee waard. Daarom stak Wereldwijd zijn licht op bij enkele India-specialisten.



In India heeft FIT vertegenwoordigers in drie strategisch gelegen kantoren: Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) Jos De Clercq in New Delhi en Tom Vermeulen in Mumbai, en handelssecretaris Jayant Nadiger in Bangalore. Daar maken ze waar mogelijk de match tussen Vlaamse en Indiase ondernemers.

### In 2012 bedroeg de economische groei van India 'maar' 5%, het laagste cijfer in het voorbije decennium. Is dat een signaal dat mooie liedjes niet lang duren?

**Tom Vermeulen:** "India kende de afgelopen twee jaar een terugval van zijn economische groei tot 5 à 6%. Ook al zijn dat nog meer dan behoorlijke cijfers, na jaren van bijna tweecijferige groei lijkt het sprookje over. Toch ben ik ervan overtuigd dat het plafond nog lang niet is bereikt. Zeker gezien de demografische groei – de gemiddelde leeftijd is jonger dan 25 jaar – zou de economie beter moeten draaien dan nu het geval is."

### Hoe komt het dan dat de Indiase economie onderpresteert?

**Jos De Clercq:** "Op politiek vlak verkeert India in een lame duck-situatie. In de lente van 2014 vinden namelijk verkiezingen plaats. De huidige coalitie is niet zeker van een meerderheid van de stemmen, waardoor belangrijke beslissingen worden uitgesteld. Deze impasse zorgt voor een fikse vertraging van de economische hervorming, waarbij de focus lag op de verdere liberalisering en privatisering van het land."

**Tom Vermeulen:** "Voorts is het overheidsbeslag zeer groot en voelt India

evenzeer de fall-out van de economische crisis in het Westen."

**Jayant Nadiger:** "Klopt. Zo is, net zoals in de rest van de wereld, de interne vraag in de automobielsector gezakt. Samen met staal en cement vormt die industrie de groeimotor van de Indiase economie. Ook het aandeel van de Indiase export is fel afgenomen. Maar de enorme vraag van de binnenlandse markt maakt veel goed."

**Jos De Clercq:** "De achterstand in logistiek en infrastructuur vormt een van de grote bottlenecks in India, maar tegelijk schept dat erg veel kansen voor de Vlaamse bedrijven in deze sectoren."

### Bergen buitenlandse ondernemers hun Indiase plannen dan nog beter even op?

**Tom Vermeulen:** "Zeker niet. Momenteel is zelfs sprake van een TINA-scenario: There Is No Alternative. India telt ongeveer 1,2 miljard inwoners. Alleen China heeft een grotere bevolking, maar verwacht wordt dat de rangorde binnenkort omkeert. Vandaag is de Indiase economie viermaal groter dan die van België, toen ik hier arriveerde in 2008 was dat driemaal. Volgens een recente OESO-studie moet zelfs de Japanse economie in koopkracht buigen voor die van India. Wereldwijd bespreekt elke multinational India met zijn raad van bestuur."



Boven: Jayant Nadiger



Boven: Tom Vermeulen



Boven: Jos De Clercq

## Hoe zit dat voor de kleinere ondernemingen? Blijft het bij dromen voor Vlaamse kmo's?

**Jayant Nadiger:** "Niet noodzakelijk. India is ongelooflijk divers. De markt is gigantisch, zowel geografisch en cultureel als qua aankoopgedrag. Alle sectoren bieden kansen, hoewel in sommige sectoren meer mogelijk is dan in andere."

**Tom Vermeulen:** "FIT richt zich in India op enkele focussectoren. Dat zijn die sectoren waarin de Vlaamse expertise een antwoord heeft op de Indiase vraag. Voor Mumbai zijn dat cleantech, kapitaalgoederen – machines – en logistiek en infrastructuur."

**Jayant Nadiger:** "Idem voor Bangalore, maar in de plaats van cleantech is lucht- en ruimtevaart daar een focussector."

**Jos De Clercq:** "Voor New Delhi ligt de focus op de sectoren cleantech, kapitaalgoederen en logistiek, transport en supply chain management."

Doordat de loonkosten jaarlijks 10 tot 15% stijgen, is de vraag naar machines overall toegenomen. Dat merk je aan onze gemeenschappelijke focussectoren. De achterstand in logistiek en infrastructuur vormt inderdaad een van de grote bottlenecks in India, maar tegelijk schept dat erg veel kansen voor de Vlaamse bedrijven in deze sectoren."

## India evolueerde van een outsourcingland naar een toplocatie voor productie. Door de gestegen loonkosten moet opnieuw een verschuiving plaatsvinden. In welke richting gaat die?

**Tom Vermeulen:** "India is geen lageloonland meer, zeker niet op managementsniveau. Bovendien ligt de productiviteit er lager dan in het Westen. Vergeet ook niet de logistieke kosten in rekening te brengen, die zijn door de slechte Indiase infrastructuur hoger dan in andere landen. Zo kan de optelsom aardig aandikken. Daarom is India voor louter productie een betrekkelijk dure bestemming geworden."

**Tom Vermeulen:** "Zeker gezien de demografische groei – de gemiddelde leeftijd is jonger dan 25 jaar – zou de economie beter moeten draaien dan nu het geval is."

**Jayant Nadiger:** "We merken in India een grote verschuiving naar R&D. Vrijwel alle grote multinationals hebben er een onderzoeks- en ontwikkelingscenter gevestigd. Dat heeft alles te maken met het hoge onderwijsniveau in India. En jaarlijks betreden massaal veel afgestudeerden de arbeidsmarkt."

**Jos De Clercq:** "Die continue toestroom aan hoogopgeleide jongeren houdt India aantrekkelijk voor productiebedrijven in sectoren waar niet de kost, maar de kwaliteit primeert. In de lucht- en ruimtevaart, bijvoorbeeld."

## De Indiase succesverhalen zijn dikwijls bekend. Over de avonturen die op een mislukking uitlopen wordt minder gerept. Overkomt het Vlaamse ondernemers vaak dat ze afhaken of moeten opgeven?

**Jayant Nadiger:** "Moeilijke vraag. Multinationals breken soms evengoed hun tanden stuk op India. De succes- en faalfactoren zijn zo divers. Veel hangt af van de motivatie om de Indiase markt te bewerken. Ondernemers die op de hype zijn afgekomen en het deksel op de neus krijgen, wijten dat vaak aan de 'moeilijke markt'. Maar wie alleen uit is op het snelle gewin, komt sowieso bedrogen uit. Analyseer de markt en integreer de resultaten in je businessplan. Dan is long time happiness in India absoluut mogelijk."

**Tom Vermeulen:** "Geduld is essentieel in India. Buitenlandse bedrijven die hier actief willen zijn, moeten door een moeilijke leerfase. Bovendien maken ze in de eerste jaren zelden winst. Weinig kmo's kunnen die periode overbruggen. Calculeer je dat echter in en ben je daarop voorbereid, dan zijn de slaagkansen op termijn wel groot."

## Zijn al veel Vlaamse ondernemingen actief in India?

**Tom Vermeulen:** “De pure exporteurs buiten beschouwing gelaten, zijn er een honderdtal Belgische bedrijven actief. Omgekeerd zijn er ongeveer 65 Indiase ondernemingen in Vlaanderen. Maar India kan ook zeer interessant zijn voor outboundactiviteiten. Zo slaan Vlaamse en Indiase bedrijven de handen in elkaar om samen, bijvoorbeeld, het Midden-Oosten te bewerken.”

**Jos De Clercq:** “Ik zie inderdaad almaar meer Vlaams-Indiase joint ventures in India. De hoofdmoot richt zich op de binnenlandse Indiase markt. Daar zitten zeer succesvolle verhalen bij, en niet noodzakelijk op conto van multinationals. Ook enkele Vlaamse kmo's hebben de juiste partner gevonden.”

Jayant Nadiger: “Wie alleen uit is op het snelle gewin, komt sowieso bedrogen uit.”

## Samenwerking met een lokale partner is vaak aangewezen, maar in India lijkt dat nog meer het geval te zijn?

**Jayant Nadiger:** “Zeker als je met een overheid te maken krijgt, helpt het als een Indiër dit afhandelt. Bij grote infrastructuurprojecten, bijvoorbeeld. Aanbestedingen slepen dikwijls erg lang aan, en de voorwaarden durven wleens te veranderen. Ook corruptie blijft een oud zeer. Dan is het erg handig als je kan rekenen op iemand die daarmee vertrouwd is. FIT kan helpen om een brug te slaan tussen Vlaamse en Indiase ondernemers.”

**Tom Vermeulen:** “De bureaucratie heeft een legendarisch slechte reputatie in India. Niet voor niets wordt smalend gezegd: ‘How India grows at night while the government sleeps’. In de private sector stellen zich minder problemen. Er zijn tal van zeer goede, professionele Indiase bedrijven waarmee je succesvol kan samenwerken.”

## Verklaart dit ook waarom de onderhandelingen over een vrijhandelsovereenkomst tussen de EU en India al zo lang aanslepen?

**Jos De Clercq:** “De gesprekken lopen ondertussen zeven jaar en blokkeren telkens op een handvol issues zoals vi-

Filip Goris, Regional Manager China & India bij Recticel

## “Ga uit van een worstcasescenario!”

Ons Indiase hoofdkwartier is gevestigd in Mumbai. Daar verwerken en versnijden we ons polyurethaan schuim tot halffabricaten en eindproducten. Daarnaast hebben we sinds dit jaar ook in Bangalore een convertieplant. De productie van het PU-schuim zelf houden we in Wetteren, omdat we onze intellectuele-eigendomsrechten willen beschermen. Nadien comprimeren en transporteren we onze producten naar het buitenland voor verwerking.

India is geen makkelijke markt om te bewerken. Niet alleen moet je veel administratie in orde brengen, ook de infrastructuur is ondermaats. Daarom vertrek je het best van een worstcasescenario. Reken niet op de lokale voorzieningen voor water, gas, elektriciteit, telefoon en internet. Zorg voor eigen water- en gastanks, elektriciteitsgeneratoren en lease een privélijn. Denk eraan dat de wegen er tijdens het regenseizoen nog slechter bijliggen en dat de regen vaak in de gebouwen doorsijpelt. Voor onze producten is water nefast. Onze plant ligt anderhalve meter hoger dan het straatniveau, zodat het regenwater

geen schade kan toebrengen.

Voorts moet je onderzoeken of je product of dienst een verschil maakt met het Indiase aanbod. Ga na wat de lokale kwaliteitseisen zijn. Daarvoor is een goed begrip van de Indiase cultuur nodig. Zo is het zogeheten jugged engineering ongeveer de norm. Kort samengevat, betekent dit dat producenten de kwaliteit verlagen tot waar de klant dat aanvaardbaar vindt, waardoor ze tegen de laagste kost werken. Een treffend voorbeeld is de Tata Nano, 's werelds goedkoopste wagen.

Een goede voorbereiding is dus essentieel. Als je anticipeert op alle mogelijke tegenslagen, kan het alleen maar beter gaan. En de beloning is groot! Net omdat het een moeilijke markt is, weegt de concurrentie minder zwaar. Wij groeien er jaarlijks met 15 à 20%. Daarnaast zijn de Indiase opleidingen uitstekend, zowel voor technische als voor commerciële profielen. Ook ons lokale management presteert er op zeer hoog niveau. Tot slot is Engels er de businessstaal, een niet te onderschatten voordeel.



DO

- Leer India uitvoerig kennen door bezoeken, prospecties, economische missies enz. Het is belangrijk dat u het land zelf aanvoelt.
- Steek uw licht op bij ondernemers met ervaring ter plaatse of bij ondernemingen die het klappen van de Indiase zweep kennen.
- Luister naar de markt en speel in op trends. Probeer niet slimmer te zijn dan de markt.



DON'T

- Maak van India niet uw eerste buitenlandse avontuur. De Indiase markt vergt ervaring.
- Verwacht niet dezelfde stiptheid als in het Westen. Er bestaat zoiets als 'Indian time'.
- Denk niet zomaar dat een succesvol product of veelgevraagde dienst in de ene deelstaat automatisch ook in een andere deelstaat aanslaat.

sumregeling, alcohol en databeveiliging. Dit jaar moet de beslissing vallen, want in 2014 vinden de Europese verkiezingen plaats. Nadien verlegt de Europese administratie haar focus naar de VS en zal India geen prioriteit meer zijn. Hopelijk komt het tot een akkoord, want dat zou het handelspotentieel tussen beide partijen nog exponentieel opdrijven.”

## China en India willen de handelsbanden nauwer aanhalen. Zal China zo potentiële deals afsnoepen van Vlaamse ondernemers?

**Tom Vermeulen:** “China vormt voorlopig geen concurrentie voor Vlaamse bedrijven in de Indiase markt. De kwaliteit die Chinese ondernemingen leveren – zowel

op het vlak van product of dienst, als naar aftersales – tipt nog lang niet aan die van de Vlaamse. En mocht die concurrentie wel bestaan, zal dit niet louter voor de Indiase markt zijn.”

**Sinds vorig jaar mogen ook buitenlandse multibrandretailketens zich zelfstandig vestigen in India.**

Baron Philippe Vlerick,  
CEO Vlerick Group en voorzitter van de Belgo-Indian Chamber of Commerce & Industry

## “We hebben meer gemeen met India dan we soms denken”

Omdat de textielsector – en denim in het bijzonder – in West-Europa almaar meer terrein verloor, begon ik dertien jaar geleden te zoeken naar een partner in Azië voor de denimafdeling van UCO Textiles. China was toen de zekelijke place to be, maar ik stond ook open voor andere landen.

Halverwege de jaren negentig hebben we in Kochi, een stad in het zuidwesten van India (Kerala), een tapijtfabriek opgericht met een lokale familie. Ik kende het land dus enigszins en ik voelde me er meer op mijn gemak dan in de andere Aziatische landen. Ook ging mijn voorkeur uit naar het Indiase juridische kader, gestoeld op het Angelsaksische systeem. Dat schonk me een geruster gemoed dan in China.

### Geen vreemden

Ik zie ook veel gelijkenissen tussen Vlaanderen en India. Zo vormen hoofdzakelijk familiebedrijven het economische weefsel in beide landen. Dat brengt gelijksoortige waarden en normen met zich mee. Voorts is India de grootste democratie ter wereld. Dat kan enerzijds vertragend werken, maar anderzijds ook een draagvlak bieden voor de verdere ontwikkeling van het land. Iedereen in de Indiase zakenwereld spreekt vlot Engels. Tot slot noemen wij ons niet voor niets Indo-Europeanen. We hebben duidelijk gemeenschappelijke wortels.

### Indiaas partnership

Ik heb bij onze zoektocht in Azië veel

hulp gekregen van Picanol, dat me mee op bezoek nam bij klanten. Ook aan de ondersteuning en het netwerk van FIT en de ambassade heb ik veel gehad in mijn zoektocht naar de juiste partner. Na lange onderhandelingen zijn we eind 2005 gefusioneerd met de Indiase Raymond Group. Ondertussen is gebleken dat onze uitbreiding naar Azië niets te vroeg kwam. Van de tien denimfabrieken die in 2006 nog actief waren in West-Europa, blijft er vandaag slechts één over.

In India hebben we nu productievevestigingen in Bangalore – goed voor een tewerkstelling van ongeveer 2.100 personen – en in Yavatmal, waar ruim 2.000 man aan de slag is. We zijn er gevestigd in een zone waar katoen wordt geteeld, vlak aan de bron, en waar veel steenkool wordt gedolven, wat voor onze eigen elektriciteitscentrale ook belangrijk is. Daarnaast hebben we in Mumbai een private-equityfonds opgericht dat middelgrote tot grote Indiase bedrijven ondersteunt.

### Troeven en uitdagingen

Ik heb nog geen seconde spijt gehad van mijn beslissing om naar India te trekken. We hebben er zeer moderne fabrieken, waar we de nieuwste materialen kunnen verwerken. Ook de kwaliteit van de medewerkers is degelijk. Niet alleen wat hun kennis betreft, maar ook hun positieve ingesteldheid, actieve ondernemingsgeest en zin voor innovatie zijn pluspunten.

Akkoord, je kan onmogelijk spreken

over één India. Het land is een lappendeken van talen, culturen, religies, voedingsgewoontes, landschappen enzovoort. Die verscheidenheid maakt het net boeiend. Het verwondert me telkens weer dat Indiërs, ondanks die enorme diversiteit, een relatief grote verdraagzaamheid aan de dag leggen. Als ondernemer moet je er wel rekening mee houden dat de deelstaten over een grote autonomie beschikken, waardoor een specifieke aanpak per deelstaat is aangewezen.

### Facilitator

Als India-fan en toch een beetje kenner, werd ik gevraagd om het voorzitterschap van de Belgo-Indian Chamber of Commerce & Industry (BICC&I) op te nemen. Deze organisatie bestaat al sinds 1954 en promoot de samenwerking tussen Belgische en Indiase bedrijven. Wij maken hen wegwijs in zowel exporteren als investeren – zoals FIT doet wereldwijd – en bieden hen een uitgebreid netwerk en tonnen ervaring. Dat kan via seminars zijn, telkens georganiseerd rond interessante sectoren, of via netwerkevents en lunchbijeekomsen. Elk jaar belonen we de beste thesis over India met twee retourkaartjes naar het land en 1.000 euro zakgeld.

### Onwrikbaar vertrouwen

Ik geloof rotsvast in de groei van India. De dip in de groeicijfers is tijdelijk. Na de verkiezingen van 2014 zal de daadkracht van de regering opnieuw toemen.



## Welke impact heeft die beslissing gehad?

**Jos De Clercq:** "Wellicht zal een deel van de productie lokaal moeten worden vervaardigd. Voorlopig ligt het voorstel op 30%, maar dat percentage is nog onderwerp van discussie. Hoe meer retailers er komen, hoe meer opportuniteiten dat met zich meebrengt. Bovendien moeten ook de infrastructuur en logistiek volgen, wat opnieuw kansen schept. Zo mist India expertise in koudeketenmanagement en kan Vlaanderen op dat vlak enkele sterke spelers naar voren schuiven."

**Tom Vermeulen:** "Op korte termijn is de draagwijdte van die beslissing eerder beperkt, omdat de infrastructuur nog geen grote aanwezigheid van multibrandretailketens kan dragen. Op langere termijn – binnen tien jaar, bijvoorbeeld – zal het belang van het besluit duidelijk blijken. Ook voor toeleveranciers schept de nieuwe wet grote kansen."

## Wat staat binnenkort op ons programma voor India?

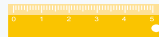
### \* Prinselijke missie 23-30 november 2013

Deze economische zending gaat langs New Delhi, Mumbai en Chennai – drie belangrijke steden in India. In New Delhi klopt het politieke hart van het land, Mumbai is de economische en financiële metropool en Chennai, tot slot, is een industrieel zwaartepunt.

### \* India Aviation – Hyderabad 12-16 maart 2014

FIT organiseert opnieuw een ont-haalstand op deze vakbeurs voor de luchtvaartsector.

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



**3.287.263**  
km² oppervlakte



**23 officiële talen**  
waaronder Hindi, Punjabi & Engels



**Munteenheid: Indiase roepie**  
1 EUR = ± 81,4 INR (augustus 2013)



**1.205.073.612**  
inwoners (2012)



**425 Belgen**  
ingeschreven in Mumbai (2012)



**306 Belgen**  
ingeschreven in New Delhi (2012)



**India is de grootste staalproducent ter wereld (2013)**

## BELANGRIJKSTE EXPORTBESTEMMINGEN (2012)



1. VS  
12,8%



2. VAE  
12,4%



3. China  
5,1%



4. Singapore  
4,7%



5. Hongkong  
4,1%

## BELANGRIJKSTE LEVERANCIERS (2012)



1. China  
11,1%



2. VAE  
7,7%



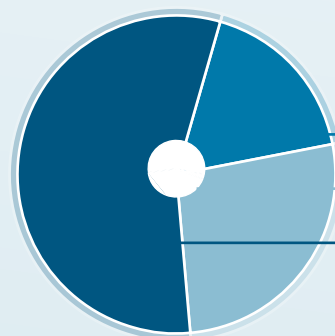
3. Saoedi-Arabië  
6,7%



4. Zwitserland  
5,9%



5. VS  
4,9%



## AANDEEL ECONOMISCHE SECTOREN IN BBP (2012)

17,3% Landbouw, bosbouw, visserij

26,7% Industrie

56,0% Diensten

2012

India = **2e** grootste afzetmarkt voor **Vlaanderen** buiten Europa

VLAAMSE EXPORT: € 7,8 MILJARD

INDIA

83,1%	Edelstenen, edele metalen, diamant
3,5%	Machines, mechanische werktuigen
2,5%	Kunststoffen & toepassingen
1,6%	Gietijzer, ijzer & staal
1,4%	Organische chemische producten

42,2%	Edelstenen, edele metalen, diamant
7,7%	Minerale brandstoffen
7,0%	Gietijzer, ijzer & staal
6,6%	Organische chemische producten
5,0%	Farmaceutische producten

VLAANDEREN

INVOER VANUIT INDIA: € 4,1 MILJARD

Voortdurend voeren onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) marktstudies uit. Geen zakenopportunity in hun werkterrein ontsnapt aan hun aandacht. Alle naslagwerken kan u lezen en downloaden op onze website [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be), onder de rubriek 'Marktinformatie'.

# Sterk naslagwerk



## Top 75 van de detailhandel in Duitsland

De Top 75 van de Duitse detailhandel onderzoekt de Duitse levensmiddelenmarkt en is vooral gericht naar Vlaamse bedrijven met weinig of geen ervaring in de Duitse markt. Om hun exportplannen concreet te maken, is een grondige voorbereiding nodig.

Het belangrijkste deel van de studie omvat een uitgebreide adressenlijst van potentiële afnemers zoals discounters, supermarkten, drogisterijen en catering-bedrijven die een interessant aanspreekpunt kunnen zijn. Ten slotte worden de belangrijkste beurzen in Duitsland, als ook de meest interessante tijdschriften en nuttige websites belicht.



## Tourism sector in Croatia

Kroatië zag het afgelopen jaar het aantal toeristen toenemen. Het land heeft vele troeven, zowel op het vlak van natuur als cultuur. Meer en meer specialiseert het land zich in bepaalde segmenten, gaande van actieve vakanties tot wellness-vakanties. Deze marktstudie geeft een stand van zaken.



## Recruitment in India

In deze studie van FIT Mumbai leest u welke stappen u moet ondernemen om Indiase werknemers aan te werven, expats ter plaatse te krijgen, hoe de verloning gebeurt, en nog veel meer. Een aanrader voor elk Vlaams bedrijf dat een eigen vestiging in India wil opstarten!



## Food & beverage in South Africa

Deze lijvige studie verschaft niet alleen een gedetailleerd inzicht in Zuid-Afrika's voedings- en drankenindustrie, maar is ook doorspekt met nuttige adreslijsten. Uitermate praktisch is ook het overzicht van de regelgeving rond etikettering e.d.



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

# FEops

## pioniert in e-health

Vlaamse born global  
kan wereldwijd levens redden

Waar artsen vroeger alleen konden terugvallen op hun competentie, krijgen ze vandaag meer en meer ondersteuning door innovatieve technologieën. Een positieve evolutie, want daarmee verhoogt de slaagkans van medische ingrepen. FEops, een spin-off van de UGent, ontwikkelt momenteel zo'n geavanceerde technologie waarmee artsen een beter geïnformeerde beslissing kunnen nemen.





Via computersimulaties wil FEops dokters helpen bepalen welk soort 'stent' de beste keuze is. Een stent is een buisje dat vernauwingen in een bloedvat van de patiënt corrigeert en dit op een minimaal invasieve manier. FEops baseert zich op de medische beelden van de patiënt om via computersimulaties te voorspellen hoe de patiënt op een stentimplantaat van een bepaalde afmeting zal reageren.

Karla Laheye, FIT Adviseur Internationaal Ondernemen van het provinciaal kantoor Oost-Vlaanderen, wil graag meer weten over het bedrijf. Matthieu De Beule, medeoprichter van FEops, gaat enthousiast op die uitnodiging in.

### In de schoot van de universiteit

**Karla Laheye:** "Hoe komt een burgerlijk ingenieur bouwkunde in de wereld van stenttechnologie terecht?"

**Matthieu De Beule:**

"Door toeval. Na mijn studies ging ik aan de slag als assistent bij de UGent. Een arts vroeg naar hartmodellering. Zo kwam ik op het idee om cardiovasculaire implantaten te gaan modelleren en heb ik daarover mijn doctoraatsonderzoek gevoerd. Initieel lag de focus op het ontwerp van deze implantaten, maar ondertussen hebben we – samen met mijn collega's Peter Mortier en professor Benedict Verheghe – onze technologie verder ontwikkeld door ook de interactie met de patiënt te modelleren, meer bepaald voor transcatheter aorta kunsthartkleppen (TAVI)."

"De gesprekken met andere ondernemers en experts binnen verschillende netwerken waren zeer waardevol tijdens de opstart."

### Het ultieme voordeel

**Karla Laheye:** "Andere sectoren, zoals de lucht- en ruimtevaart en de auto-industrie, maken al langer gebruik van computersimulaties. Wat zijn de voordelen van dergelijke simulaties voor cardiovasculaire implantaten?"

**Matthieu De Beule:** "Ik vergelijk het vaak met de automobielsector. Als een autofabrikant een nieuwe wagen lanceert, moet hij eerst zijn product op alle mogelijke

manieren testen. Daarbij is veiligheid een topcriterium. Voor deze crashtesten worden prototypes gebouwd. Voor elke verandering aan het design, moeten nieuwe prototypes worden gebouwd en de testen herhaald.

Tegenwoordig gebeurt dit grotendeels via computersimulaties. Dat gaat veel sneller en efficiënter, en is stukken goedkoper.

Tot voor kort kon een arts niet voorspellen hoe de patiënt zou reageren op een bepaald medisch implantaat. Bij een kunsthartklep, bijvoorbeeld, bestaat de kans op lekkage als het implantaat niet de perfecte afmetingen heeft. Zoiets kan drastische gevolgen hebben. Uit onderzoek blijkt immers een duidelijk verband tussen lekkage en mortaliteitsgraad. Wie de eerste dag na de ingreep last heeft van lekkage, heeft 20% meer kans op een fatale afloop. Dankzij onze computersimulaties zal de arts die kans op lekkage veel beter kunnen inschatten en op die manier het juiste implantaat voor de juiste patiënt kiezen. Het is, met andere woorden, een gepersonaliseerde aanpak."

### Van de academische bank

**Karla Laheye:** "Hoe is de stap van ontwikkelen naar vermarkten gezet?"

**Matthieu De Beule:** "Bedrijven toonden grote interesse in de computersimulaties die we tijdens ons doctoraatsonderzoek aan het ontwikkelen waren. Toen de vraag bleef stijgen, hebben Peter Mortier, prof. Benedict Verheghe en ikzelf vier jaar geleden beslist om FEops op te richten. Onze activiteiten zijn tweeledig. Enerzijds helpen we bedrijven die cardiovasculaire implantaten ontwikkelen – van bij het ontwerp tot bij het vermarkten – via computersimulaties. Dat is ons consultancyluik. Anderzijds ontwikkelen we nu nieuwe technologie voor het plannen van de plaatsing van deze cardiovasculaire minimaal-invasieve implantaten. Daarbij vormen de artsen in de ziekenhuizen onze doelgroep."

### Complementair team

**Karla Laheye:** "FEops is opgericht door drie academici. Knappe koppen, maar dat betekent geen garantie op commercieel talent. Was er geen koudwaterrees?"

**Tip!**

**Twijfel niet en durf ervoor te gaan!**

**Matthieu De Beule:** "Dat viel goed mee. Voor de feitelijke oprichting van FEops hadden we al enkele klanten. En die commerciële goesting was bij ons zeker aanwezig. Al doende leert men, en dat geldt evenzeer voor ons. Ons klantenbestand groeit stevig en bestaande klanten komen terug. Toch een signaal dat we op de juiste weg zitten."

**Karla Laheye:** "Alle drie de oprichters hebben een zeer gelijksoortig profiel. Hebben jullie op voorhand de verantwoordelijkheden verdeeld?"

**Matthieu De Beule:** "Niet echt, alles verliep vrij organisch. Peter en ikzelf – allebei met hetzelfde diploma en hetzelfde doctoraatsonderwerp – verzorgen het dagelijkse management. Automatisch trok Peter meer het financiële en de R&D naar zich toe, en ik hr en marketing. Professor Verheghe biedt met zijn meer dan dertig jaar ervaring in dit type computersimulaties een onmisbare technische ondersteuning. Valt iets buiten onze expertise, zoals voor juridische zaken, CE-markering en patenten, dan schakelen we externe consultants in."

"Omdat we door de jaren heen unieke simulatie-expertise hebben opgebouwd en we door ons onderzoek een uitstekend wetenschappelijk trackrecord hebben, komen geïnteresseerde bedrijven haast automatisch bij ons terecht."

### Externe steun

**Karla Laheye:** "Hebben jullie veel steun gekregen of gezocht bij de opstart van FEops?"

**Matthieu De Beule:** "Als spin-off van de UGent zijn we uitstekend begeleid door de cel Technology Transfer van de universiteit. Daarnaast hebben we veel opgestoken van onze deelname aan het Born Global Project – een samenwerking tussen Voka, FIT en Deloitte Fiduciaire. Tot slot hebben we ook een beroep gedaan op de expertise van SO Kwadraat, een organisatie die startende ondernemers ondersteunt. De gesprekken met andere ondernemers en experts binnen

deze verschillende netwerken waren zeer waardevol tijdens de opstart.”

### Kapitaal vergaren

**Karla Laheye:** “Verliep de financiering even vlot?”

**Matthieu De Beule:** “Voor het startkapitaal hebben we zelf gezorgd. Daarnaast kregen professor Verheghe en ik toestemming van de UGent om onze verschillende werkzaamheden te cumuleren. Bij het IWT, het Agentschap voor Innovatie door Wetenschap en Technologie, hebben we een aanvraag voor een haalbaarheidsstudie ingediend. Die is gelukkig positief onthaald. Later zijn we ook ingestapt in het kmo-innovatieproject van IWT. Deze financiële steun geeft Vlaamse innovatieve kmo's extra ademruimte voor de ontwikkeling van nieuwe technologie.”

“Onze groei wordt bepaald en beperkt door het vinden van de juiste gespecialiseerde profielen.”

### Beperkt door profielen

**Karla Laheye:** “Sinds de oprichting is het personeelsbestand van FEops verdubbeld. Welke profielen zoeken jullie en vinden jullie die makkelijk?”

**Matthieu De Beule:** “Voorlopig zijn dat gespecialiseerde, technische profielen. In onze niche, waar de technologie bijzonder snel evolueert, moeten we veel middelen investeren in R&D. Door onze goede relatie met UGent, zitten we gelukkig aan de bron. Al onze nieuwe medewerkers vonden we daar.”

In onze consultancyservice krijgen we heel specifieke, complexe vragen, die nooit twee keer dezelfde zijn. Onze groei op dat vlak wordt dus bepaald en beperkt door de workload van onze medewerkers en het vinden van de juiste gespecialiseerde profielen.”

### Hoofdzakelijk internationaal

**Karla Laheye:** “95% van de omzet draaien jullie in het buitenland. Is dat op vraag van klanten of prospecteren jullie actief wereldwijd?”

**Matthieu De Beule:** “Voorlopig is dat vooral op vraag van bedrijven die medi-

sche implantaten ontwikkelen. Omdat we door de jaren heen unieke simulatie-expertise hebben opgebouwd en we door ons onderzoek een uitstekend wetenschappelijk trackrecord hebben, komen geïnteresseerde bedrijven haast automatisch bij ons terecht. Daarnaast verzorgen we regelmatig presentaties op wetenschappelijke congressen en zijn we aanwezig op relevante vakbeurzen.”

“Door onze goede relatie met UGent, zitten we gelukkig aan de bron.”

**Karla Laheye:** “Moeten jullie in het buitenland jullie diensten aanpassen?”

**Matthieu De Beule:** “Onze consultancydiensten kunnen we overal ter wereld leveren. Voor onze nieuwe technologie voor het plannen van ingrepen is in Europa de CE-markering verplicht en moeten we voor de VS de FDA-markering behalen. Daarvoor zijn we onze technologie nu uitvoerig aan het testen met enkele gerenommeerde klinische centra. Onder meer met het gerenommeerde Erasmus Medisch Centrum in Rotterdam. Ook de patentaanvraag is in behandeling.

Onze foutenmarge moet quasi nul zijn. Het voordeel is dat we via onze consultancy al veel contacten hebben met de betrokken organisaties. Als een bedrijf een stent lanceert, moet het de veiligheid kunnen aantonen. Aanbevolen wordt om dat via computersimulaties te onderzoeken, dus dat past perfect in ons plaatje.”

### Technologie blijft in Vlaanderen

**Karla Laheye:** “Als alle markeringen zijn behaald, kan het buitenland dan jullie technologie kopen, via licenties bijvoorbeeld?”

**Matthieu De Beule:** “We hopen van harte dat we onze technologie in Gent kunnen houden. Wereldwijd kunnen we artsen onze diensten aanbieden via het internet, waarbij wij de computersimulatie maken op basis van de medische beelden, diagnose en het type stentimplantaat van de arts. Dat blijft ons ‘software-as-a-service’-businessmodel, want momenteel is het onmogelijk om onze technologie volledig te automatiseren en in een standalone softwarepakket te gieten. Bovendien zijn de computersimulaties bijzonder geavanceerd. We streven ernaar om binnen de 24 uur resultaten op te leveren.”

**Tip!**  
Omring u met de juiste mensen. Zeker in de beginfase.

Onze belangrijkste focus ligt nu op de lancering van onze technologie, die trouwens niet enkel bruikbaar is voor transcatheter aorta kunsthartkleppen. De kansen zijn talrijk, nu moeten wij ze verzilveren.”



### → ID

- **Bedrijf:** FEops
- **Sector:** diensten
- **Opgericht in:** 2009
- **% van omzet 2012 gerealiseerd in het buitenland:** ± 95%
- **Aantal medewerkers:** 6
- **Aanwezig in:** wereldwijd

### 🔗 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.



# Japan, een oude glorie in goede vorm

Vlaamse keuken hot bij Japanners

## Belgian Beer Weekends

In 2010 sloegen een aantal Japanse importeurs van Belgische bieren en de Confederatie van de Belgische Brouwers de handen in elkaar. Het eerste Belgian Beer Weekend in Tokio was een daverend succes. Zodanig zelfs dat het event flink werd uitgebreid. Dit jaar gaan Belgische bierevents door in vijf Japanse steden. Vijf à tien dagen lang zal ons gerstenat er uit de tapkraan stromen.

Tot voor kort waren de berichten over Japan al even onheilspellend als overtrokken. De bevolking vergrijsst, de economie sputtert en natuurrampen teisteren het land. Grote broer China zou al het lekkers opeisen, inclusief investeerders. Maar zie: in 2012 groeide de Vlaamse export naar deze nummer drie van de wereldeconomie met een verrassende 16%. Ook de binnenlandse economie lijkt aan een revival toe. Herrijst het land van de rijzende zon als een feniks uit de as?



Niemand die beter de Japanse situatie uit de doeken kan doen dan Dirk De Ruyver, onze Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) in Tokio. Sinds 1990 woont hij onafgebroken in Japan. In 1997 ging hij aan de slag bij FIT. Dirk De Ruyver ziet drie belangrijke succesfactoren die de Vlaamse export naar Japan de hoogte in stuwden.

## 1. De gunstige wisselkoers

Tussen 2009 en 2012 kende de euro een belangrijke inzinking tegenover de yen. In die relatief lange periode slaagden heel wat Vlaamse bedrijven erin om de Europese crisis om te buigen tot nieuwe kansen. Doordat China zijn enorme groei bovendien niet kon aanhouden, richtten nogal wat bedrijven hun pijlen op Japan. Terecht, want het land blijft 's werelds derde grootste economie. Bedrijven die er voordien nog niet actief waren, konden nu wel soms een doorbraak forceren en zo een belangrijke exportgroei realiseren. Nu komt echter de vuurdoop, want de wisselkoers is opnieuw wat minder gunstig.

## 2. Bier en co

De afgelopen jaren hebben farmaceutische producten en optische instrumenten mooie resultaten neergezet. Toch spant de export van voeding en drank uit Vlaanderen de kroon. Een groei van 35%

in 2011 en nog eens 18% in 2012 illustreert dit. De voortrekkers van die succesverhalen zijn de Vlaamse en Belgische bieren. Die zagen op drie jaar tijd hun uitvoervolume naar Japan maar liefst verzesvoudigen. Een reden tot chauvinisme: tijdens de eerste helft van 2013 stootten onze bieren Ierland van de troon als grootste bierleverancier van Japan.

Veel hebben we te danken aan de Belgian Beer Weekends (zie kaderstuk) en de daarbij horende imagocampagnes van de laatste jaren. Waar je vroeger ons bier alleen in speciaalzaken vond, zie je het nu meer en meer in gewone supermarkten opduiken. 'Belgian beer' is een bekende naam geworden in Japan, net zoals 'Belgian chocolates' en 'Belgian waffles'. Als gevolg zie je in Japanse grootsteden nu heel wat Vlaamse en Belgische tavernes en restaurants.

## 3. Haute cuisine in de kijker

Van bier naar haute cuisine bleek een kleine stap. FIT ontwikkelde een strategie die Vlaamse exporteurs helpt om Japan te veroveren. Centraal daarin staat onze deelname aan Foodex (zie kaderstuk), de jaarlijkse toonaangevende voedingsbeurs in Tokio. Die koppelen we aan Europese voedingsbeurzen, waar we de Japanse inkopers op uitnodigen. We moedigen hen aan om de Vlaamse bedrijven op de FIT-stand te bezoeken.

Daar worden de eerste contacten met Vlaamse exporteurs gelegd.

Daarna is het aan de Vlaamse ondernemers om opnieuw af te spreken met hun toekomstige handelspartners op Foodex. Dat persoonlijke engagement valt in de smaak bij Japanse zakenlui. De echte commerciële gesprekken komen dan ook vaak pas op gang na een deelname aan Foodex.

## Hoe voet aan wal zetten?

"Japan is niet het gemakkelijkste land om zaken te doen", benadrukt Dirk De Ruyver. "Veel Vlaamse firma's hebben echter intussen aangetoond dat een doelgerichte aanpak loont. Elke ondernemer met interesse kan natuurlijk bij FIT terecht. En voor de Vlaamse voedingssector hebben we een extraatje in petto. Begin oktober organiseren FIT en FEVIA Vlaanderen een seminarie over de Japanse markt voor voeding en dranken. Daar zullen ook enkele Vlaamse voedingsbedrijven hun Japanse ervaringen delen."

## Japan, the comebackkid ?

Vóór 2012 ging Japan gebukt onder twintig jaar economische stagnatie en deflatie. Een triest record onderstreept de malaise. Het land heeft de grootste schuldenberg ter wereld: meer dan 200% van het bbp.

Hoewel die schuldenberg nog altijd oploopt, lijkt er stilaan licht aan het einde van de economische tunnel. In december 2012 trad een nieuwe regering aan, onder leiding van eerste minister Shinzo Abe. Die zette een gewaagde, maar (voorlopig) geslaagde monetaire politiek op poten.

### Het experiment: Abenomics

Het kabinet-Abe introduceerde vrijwel onmiddellijk een heel expansieve budgettaire en monetaire politiek. Daarbij draait de overheid doelbewust de geldkraan open en spendeert zich een weg uit de crisis, vooral met grote infrastructuurwerken. De Japanse centrale bank financiert de olopemde overheidsschuld en houdt tegelijk de rentevoet bijzonder laag.

Niet elke econoom zag veel heil in de zogenaamde 'Abenomics'. Maar de balans sloeg positief uit: in het eerste kwartaal van 2013 kon Japan uitpakken met een groei van 4,1% op jaarbasis, een verdubbeling van het groeiritme in 2012, dat 1,9% bedroeg.

### Foodex 2014

De lucratieve Japanse markt verkennen met voeding of dranken? Dan is de jaarlijkse voedingsbeurs Foodex een must. Ook in 2014 zal FIT er aanwezig zijn met een groepsstand. U kan zich nu al inschrijven via [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be). Wil u graag meer info? Neem dan contact op met [frank.baeyens@fitagency.be](mailto:frank.baeyens@fitagency.be) of bel 02 504 88 49.

### Seminarie FIT & FEVIA

Heeft u interesse in Japan en bent u graag grondig voorbereid? Neem dan deel aan het seminarie van FIT en FEVIA Vlaanderen op 3 oktober. Inschrijven kan via [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be). Meer info? Neem contact op met [michele.surinx@fitagency.be](mailto:michele.surinx@fitagency.be) of bel 02 504 87 91.

# In 15 stappen naar een succesvol marketingplan

1

## Maak werk van een missie en visie

In uw missie drukt u kernachtig de opdracht uit die uw bedrijf tot een goed einde wil brengen. Zet daarin de klant centraal en vermijd vakjargon.

De visie is, in tegenstelling tot de missie, toekomstgericht. Waar wil uw bedrijf naartoe en hoe zal u dat realiseren?

2

## Voer een situatieanalyse uit

Deze stap vergt de meeste tijd, maar vormt dan ook het fundament van uw marketingplan. Leg hiervoor alle omgevingsfactoren – interne en externe – onder de loep. Oplossingen voor mogelijke zwaktes hoeft u in deze fase nog niet te zoeken, wel streeft u naar een correcte inventaris.

3

## Voer een SWOT-analyse uit

De resultaten van de situatieanalyse worden verzameld in een SWOT-analyse: sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen. Van hieruit volgt de strategie voor de komende jaren. U kan een SWOT-analyse maken van het bedrijf, maar ook van een product, dienst, afdeling, distributiekanaal enzovoort.

4

## Stel een confrontatiematrix op

In hoeverre beïnvloedt de externe omgeving – met zijn kansen en bedreigingen – uw bedrijf, met zijn huidige sterktes en zwaktes? En hoe kan u, door uw sterktes te versterken en uw zwaktes aan te pakken, inspelen op de kansen en bedreigingen die op u afkomen?

5

## Bepaal uw doelmarkten

Bepaal op welke doelgroepen u zich zal richten.

6

## Denk na over uw positionering

Maak duidelijk hoe uw product of dienst zich onderscheidt van de concurrentie. Positionering betekent een beeld, of een gewenste perceptie van uw product bij uw doelgroepen uitdragen. Dat geeft richting aan al uw communicatie-uitingen en creëert een sterk imago.

7

## Bepaal uw verkoopdoelstellingen

Zonder verkoop, geen winst. Zijn uw verkoopobjectieven SMART(IE)? En welke methode gebruikt u om ze vast te leggen? Veel hangt af van de fase waarin uw bedrijf of product zich bevindt.

8

## Definieer uw marketingdoelstellingen

De marketingdoelstellingen omschrijven wat moet worden gerealiseerd per regio, per doelgroep en per product. De som van alle individuele marketingdoelstellingen moet minstens de verkoopdoelstelling evenaren. Hoe bestaande en nieuwe klanten benaderen en hoe verleidt u hen tot (herhaal)aankopen?

9

## Bepaal uw marketingstrategie

Nu u uw marketingdoelstellingen op papier heeft gezet, bepaalt u hoe u die zal bereiken. De sterktes van uw product of dienst en een goed begrip van wat de klant verwacht, bepalen uw marketingstrategie. Verlies daarbij uw marketingdoelstellingen en positionering niet uit het oog.



Een goed product verkoopt zichzelf. Deze uitspraak behoort tot het rijk der fabelen. De markt wordt immers overspoeld met – vaak – uitstekende producten, die slechts een kort leven zijn beschoren. Een goed product komt in eerste instantie tegemoet aan de wensen van de klant. En weet zich in de tweede plaats te onderscheiden van de concurrentie. Hoe slaagt u erin om zo'n product in de markt te plaatsen? Ontdek het in 15 stappen!

## 10

### Definieer uw communicatie-doelen

Vraag creëren en verkopen. Dat is het finale doel van een uitgekiend communicatieplan. Door de marketingstrategie te koppelen aan het ondernemingsplan – en de communicatiedoelstelling vast te klikken aan de marketingstrategie – ondersteunt elke communicatieactie het bedrijfsplan. Zo wordt marketing een strategische post.

## 11

### Gebruik tactische tools in de marketingmix

Een goede marketingmix leidt tot een grotere winstgevendheid en hogere klantentevredenheid. Uiteraard komen hier de traditionele 4P's aan bod, aangevuld met de dienstenmarketingmix met de 7P's van Booms en Britner.

## 12

### Budgetteer uw marketingplan

Om de marketingbudgetten op te stellen, bestaan er verschillende methodes. De bedoeling is een goede balans te vinden tussen wat u moet realiseren en wat u zich kan permitteren in verhouding tot de te verwachten return op korte of lange termijn.

## 13

### Maak een marketingkalender op

Timing is alles. Zeker in uw marketing- en communicatieplanning. Een marketingkalender is een handig en essentieel instrument om het overzicht te behouden over de verschillende acties én hun resultaten.

## 14

### Boek tijd voor de uitvoering

Voor elke actie moet u bepalen wie verantwoordelijk is en wie meewerkt, opvolgt en beoordeelt hoe de actie is verlopen. Dat geldt niet alleen voor de eigen medewerkers, maar ook bij het inschakelen van derde partijen, zoals reclamebureaus of distributeurs.

## 15

### Evalueer

Heeft u uw doelstellingen gehaald? Wat ging goed en wat werd minder goed ont-haald? Leer uit de antwoorden, zodat u in de toekomst nog beter weet welke acties vruchten afwerpen. Niet alleen de eindbalans is belangrijk, ook tussentijdse checks zijn nodig. Zo kan u tijdig bijsturen.



### ❓ Benieuwd naar de uitvoerige versie?

Lees of download 'Uw marketingplan in vijftien stappen' uit onze reeks 'Leidraad bij internationaal ondernemen' op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) in de rubriek 'Publicaties'. Voor extra info kan u contact opnemen met Carla Christiaens via [carla.christiaens@fitagency.be](mailto:carla.christiaens@fitagency.be).

# Ons Actieprogramma voor 2014 in zakformaat

Bij deze Wereldwijs zit een handig draaiboekje met ons Actieprogramma voor 2014. Daarin vindt u alle acties voor volgend jaar terug, overzichtelijk geordend per regio. Draait u het om, dan kan u zoeken naar de acties per sector. Neem snel een kijkje en stip alvast die acties aan waarmee u uw exportambities versterkt.

Onze acties hebben slechts één doel: u optimaal begeleiden en ondersteunen bij het uitbouwen van uw business in het buitenland. U kan deelnemen aan onze groepsstanden op internationale vakbeurzen of aan onze groepszakenreizen met een afsprakenprogramma op maat. In eigen land kan u bijvoorbeeld seminars meepikken of buitenlandse inkopers ontmoeten.

## Hoe komt het Actieprogramma tot stand?

Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationaal Ondernemen bij FIT: "Met het Actieprogramma geven we verder invulling aan onze focusstrategie, waarbij we tot 2015 scherpstellen op 25 focuslanden. We hebben zowel oog voor de traditioneel belangrijke Europese afzetmarkten als voor de groeielanden in Centraal- en Oost-Europa, Latijns-Amerika, het Midden-Oosten en Azië. In al die regio's verzamelen onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers een brede waaier aan opportuniteiten voor ondernemers. Alle mogelijk interessante acties toetst FIT af aan de interesses van het Vlaamse bedrijfsleven. Daarvoor zit FIT elk jaar samen met de sectorfederaties en bedrijfspgroeperingen. Het resultaat is een uitgebalanceerd geheel van initiatieven, gericht op een grote verscheidenheid aan sectoren en regio's."

## Op het programma

In 2014 organiseren we onder meer een 25-tal al dan niet sectorgebonden groepszakenreizen naar uiteenlopende bestemmingen als Frankrijk, Polen, Kroatië, Servië en Slovenië, Kazachstan, Canada, Brazilië en Argentinië, Marokko, Nigeria, Vietnam, Zuid-Korea en Taiwan. Ook tekenen we wereldwijd present op een zestigtal belangrijke sectorale beurzen. Naast klassiekers als Arab Health,

MosBuild, SIAL, Food & Hotel Asia, BIO International Convention, Interpack en Pollutec, bevat ons Actieprogramma 2014 ook enkele nieuwe initiatieven zoals Africa Health, IBC en Australasia Oil & Gas.

Volgens afdelingshoofd Marketing & Kennisbeheer Pascal Walrave biedt deelnemen aan een buitenlandse vakbeurs Vlaamse kmo's uitzonderlijke marketingopportuniteiten. "Je betaalt minder dan wanneer je op individuele basis deelneemt. Ook de administratieve en logistieke ondersteuning door FIT is mooi meegenomen."

Voorts nodigen we ook aankopers en decision makers uit om in Vlaanderen contacten te komen smeden. Succes gegarandeerd, want de buitenlandse onderneming selecteert zelf de Vlaamse bedrijven waarmee ze in contact wil komen. Vlaamse kmo's kunnen zo met een minimale inspanning en in alle discretie hun producten of diensten voorstellen.

## China & de VS voor beginners

Na het succesrijke 'Azië voor beginners'-traject in 2013, dat voornamelijk gericht was op Singapore en Hongkong, slaan FIT en UNIZO Internationaal opnieuw de handen in elkaar. Twee nieuwe groepszakenreizen in 2014 richten zich op kmo's die al enige exportervaring hebben opgebouwd en nu de stap willen zetten naar China (Peking, Sjanghai en Guangzhou) of naar de VS (New York, Chicago). Vooraf is er een algemene infosessie, afname van een Exportmeter – met dit instrument, ontwikkeld door FIT, ontdekt u hoe exportklaar uw onderneming is – en een workshop voor de deelnemers. Wie intekent voor een van beide zakenreizen, kan rekenen op individuele ondersteuning en begeleiding door onze Adviseurs Internationaal Ondernemen. Nadien plannen we debriefingsessies in om de actie te evalueren.

## Dicht bij huis

Ook in Vlaanderen zijn we het hele jaar door in de weer met initiatieven die bedrijven helpen in hun internationaliseringsproces. Tijdens onze seminaries kan u uw markt- en sector kennis op peil houden, efficiënt leren zakendoen met internationale financiële instellingen, collega-bedrijven aan het woord horen en, uiteraard, uitgebreid netwerken en uw internationale projecten bespreken.



Het Actieprogramma is iets wat leeft. Dat betekent dat FIT inspeelt op nieuwe opportuniteiten die zich voordoen, maar ook dat een actie soms niet doorgaat, veelal door externe factoren. U houdt onze website dan ook best in de gaten. In de rubriek 'Acties en events' vindt u altijd de meest actuele informatie terug. In onze wekelijkse nieuwsbrief FIT express kondigen we de acties ook afzonderlijk aan. Als u zeker wil zijn van uw deelname en de inschrijvingsperiode niet wil missen, kan u uw belangstelling melden bij de projectverantwoordelijken die bij de acties worden vermeld.

# Recorddelegatie Vlaamse bedrijven op **50e Paris Air Show**

2.215 exposanten uit 44 landen, 285 officiële delegaties, 3.100 journalisten en 139.273 vakbezoekers ... uiteraard kon ook Vlaanderen niet ontbreken op de 50e editie van de Paris Air Show in Le Bourget, Frankrijk. Dit jaar tekende een recordaantal van 22 Vlaamse bedrijven en kennisinstellingen present voor de grootste en belangrijkste lucht- en ruimtevaartbeurs ter wereld. FIT verzorgde voor hen de voorbereidingen en faciliteerde hun aanwezigheid ter plaatse.



Van 17 tot 23 juni verwelkomde de Paris Air Show het kruim van de internationale lucht- en ruimtevaartindustrie. Onder hen ook Peter Reynaert, algemeen directeur van SABCA Limburg – een belangrijke toeleverancier van composieten voor vliegtuigen. “Le Bourget is een uniek netwerkevent. Niet alleen om nieuwe contacten te leggen, maar vooral ook om mensen terug te zien”, vertelt hij. “Je kan er bijzonder efficiënt netwerken. Onze collega’s en de grote spelers zijn er aanwezig, maar ook de beleidsmakers en politici. Dat vormt een boeiende mix.”

## Ideale date voor groeiende sector

De Vlaamse deelname aan de beurs dit jaar was niet alleen de grootste, maar ook de meest diverse van de voorbije jaren. Zo stuurde de Vlaamse ruimtevaart-industrie een erg sterke afvaardiging met onder meer de VRI, imec, VITO, OnSemi, Septentrio en Qinetiq Space. “Tijdens de beurs leerden we meteen heel wat gelijksoortige organisaties kennen”, zegt Hans Bracquené, afgevaardigd bestuurder bij de VRI. “Binnen onze relatief jonge maar groeiende sector is het belangrijk om op Europees vlak samen te werken. Onze nieuwe contacten zullen daar zeker aan bijdragen.”

## Meer dankzij FIT

“De ondersteuning door FIT maakt een beursdeelname heel wat makkelijker op organisatorisch vlak”, gaat Peter Reynaert verder. “Het feit dat alle Vlaamse bedrijven samen stonden, versterkte bovendien onze impact en leidde tot meer erkenning. Zo bracht bijvoorbeeld de Amerikaanse ambassadeur Howard Gutman een bezoek aan onze stand.”



“Ook financieel gezien opent FIT de toegangspoorten naar Le Bourget”, vult Hans Bracquené aan. “Ze zorgen voor een unieke, lage deelnamekost. Zonder hen zou een deelname aan de Air Show wellicht snel te duur worden voor veel Vlaamse organisaties en bedrijven.”

## Veel persaandacht

De Vlaamse bedrijven konden voor en tijdens de Paris Air Show genieten van massale persaandacht. FIT en FLAG (The Flemish Aerospace Group) organiseerden in aanloop naar de beurs voor het eerst een algemene persconferentie, bijgewoond door Vlaams minister-president Kris Peeters. “Die persconferen-

tie was een groot succes”, aldus Peter Reynaert. “De luchtvaartsector is een hoogtechnologische industrie met veel toekomst, maar komt weinig aan bod in de media. Dankzij de persconferentie konden we toch een pak welgekomen positieve aandacht genereren!”

Hans Bracquené beaamt: “We zitten in een nichesector, maar dat neemt niet weg dat er veel groeimarge is. Zo’n persconferentie biedt een mooi platform om het grote publiek te bereiken, maar ook om aandacht te trekken bij de overheid en beleidsmakers.”

FIT kijkt alvast uit naar de volgende editie van de Paris Air Show, van 15 tot 21 juni 2015!

## In de kijker

- De Vlaamse luchtvaartindustrie is goed voor ongeveer 13.000 rechtstreekse jobs.
- België behoorde met 1.150 m<sup>2</sup> standruimte en ongeveer 60 exposanten tot de top 10 van de sterkst vertegenwoordigde landen op Paris Air Show.
- Tijdens de Paris Air Show werden er door alle aanwezige bedrijven en landen samen voor 150 miljard dollar aan contracten en bestellingen afgesloten. Ook voor de Belgische exposanten was dit een bijzonder succesvolle editie, met contracten voor onder meer ASCO, Sonaca, BMT Aerospace, SABCA en Barco.





# Vlaamse bedrijven verkennen **Oekraïne**

De Oekraïense markt biedt heel wat mogelijkheden voor de Vlaamse ondernemer, maar is tegelijk ook moeilijk te doorgronden. FIT hielp negentien Vlaamse bedrijven een eind op weg en reisde samen met hen naar de Oekraïense hoofdstad Kiev. Daar stonden op 13 juni verschillende bedrijfsbezoeken en b2b-afspraken op het programma.

Oekraïne is het tweede grootste land van Europa en biedt tal van mogelijkheden voor Vlaamse ondernemers. De grote lokale consumentenmarkt, de grondstoffenvoorraden en het landbouwpotentieel maken het een interessante zakelijke bestemming om te ontdekken. Maar zaken doen in Oekraïne betekent ook omgaan met complexe administratieve vereisten, juridische onzekerheid, weinig transparantie en wijdverspreide corruptie. De sterke verwevenheid tussen de politiek en de zakenwereld maakt het evenmin makkelijk. Om die klippen te omzeilen, wierp FIT zich op als gids ter plaatse voor negentien Vlaamse bedrijven.

## Stap in het onbekende

Frederik Matthys, bedrijfsleider van handelskwekerij De Waele - Wilwoodii, reisde voor de eerste keer mee in het zog van FIT. "Oekraïne was voor ons een totaal onbekende markt", vertelt Frederik Matthys. "We zijn al actief in veel Europese landen

waaronder Nederland, Frankrijk, Duitsland en Polen, maar Oekraïne vormde toch een nieuwe uitdaging. Waar moet je starten, en met wie neem je best contact op? Gelukkig merkte ik via de FIT-nieuwsbrieven de handelsmissie op, en beslisten we om mee op avontuur te gaan."

## Bomvol dagprogramma

Het dagprogramma van de handelsmissie was kort en krachtig. "In de voormiddag bezochten we twee bedrijven in Kiev. Na de middag volgde een resem b2b-gesprekken in het hotel. Daarbij zorgde FIT voor een uitstekende tolk, wat zeker nuttig was", zegt Frederik Matthys. "In totaal ontmoetten we een tiental bedrijven. De gesprekken liepen heel vlot en straight to the point. In eerste instantie hoopte ik vooral enkele nuttige contacten voor de toekomst te verzamelen, maar plots werd het erg concreet. Dat resulteerde in twee grote klanten, die drie weken na de handelsmissie onze kwekerij hebben be-

zocht. Daarnaast toonden nog een paar andere bedrijven grote interesse."

## Nieuwe FIT-reis in het verschiet

"Onze eerste FIT-handelsreis was absoluut een positieve ervaring. Bovendien was het boeiend om ook met de andere meegereisde Vlaamse bedrijven kennis uit te wisselen. Dat verruimt de geest en brengt je veel bij. We willen dus binnenkort zeker deelnemen aan nieuwe groepszakenreizen van FIT", besluit Frederik Matthys.

### **?** Ook nieuwe markten ontdekken via FIT?

FIT organiseert regelmatig groepszakenreizen. Abonneer u op de FIT-nieuwsbrief en check regelmatig [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) om als eerste op de hoogte te zijn!



## Toen de koning nog prins was: **FIT op VS-missie** met Vlaamse bedrijven

Van 2 tot 7 juni 2013 bracht koning Filip – toen nog prins – samen met 217 Belgische bedrijven een zesdaags bezoek aan de VS. FIT werkte voor 49 van de 89 deelnemende Vlaamse ondernemingen ook een persoonlijk programma uit, boordevol afspraken, seminars en workshops met Amerikaanse bedrijven in Los Angeles, San Diego en San Francisco.

Op zondag 2 juni reisde het grootste deel van de Belgische delegatie naar Los Angeles af, met onder meer prins Filip en minister van Buitenlandse Zaken Didier Reynders. Woensdag 5 juni sloot ook vice-eersteminister en minister van Landsverdediging Pieter De Crem aan bij de delegatie. De vijfde handelsmissie

naar de VS sinds 2000 focuste vooral op de sectoren biotech, ICT en design.

### (On)bescheidenheid troef

Maandagochtend 3 juni trapte FIT Los Angeles de handelsreis definitief op gang met een Vlaamse ontbijtsessie.

Zo'n 67 deelnemers luisterden er naar de ervaringen van vier Vlaamse ondernemers in Californië, met name Bert Hamelinck van Caviar, Bart De Pelsmaeker van Readz, Gilles Vanpoucke van Renson en Stijn Vanorbeek van Ross Robotics.



Onmiddellijk na het ontbijt volgde de coachingssessie 'the art of pitching in America'. Tijdens die workshop leerden de aanwezige bedrijven hoe ze hun Vlaamse bescheidenheid best even aan de kant schuiven om hun product of idee kort en krachtig te pitchen aan Amerikaanse partners.

Later op de dag volgden bezoeken aan verschillende architectenbureaus, de US Commercial Service en The Walt Disney Company. Bij die laatste stond er voor het Vlaamse bedrijf Right Brain Interface een b2b-meeting op het programma. "Ons product Bhaalu kon rekenen op heel wat interesse", vertelt oprichter Bart van Coppennolle. "Bhaalu is een digitale videorecorder waarmee je alle tv-programma's waar je recht op hebt, kan opnemen bij je thuis en in de cloud. Ook andere media- en televisienetwerktechnologiebedrijven zoals Cisco en Sony, luisterden tijdens de missie met aandacht naar ons verhaal."

## Ontbijten met de prins

Van Cronenburg Architectural Hardware uit Gent is gespecialiseerd in de ontwikkeling, productie en verkoop van vooral handgemaakt bouwbeslag in messing. Dinsdagochtend 4 juni mocht het bedrijf samen met acht andere Belgische ondernemers aanschuiven voor een ontbijtmeeting met de prins. "Toen we prins Filip de avond ervoor kort hadden ontmoet, was hij meteen gefascineerd", zegt zaakvoerder Peter van Cronenburg. "Tijdens het ontbijt toonden we hem enkele tastbare voorbeelden en foto's van onze deurkrukken, kasttrekkers en kraanwerk. Het was een zeer vlot en aangenaam gesprek."

Bedrijven die vooraf hun interesse hadden geuit voor de oprichting van een afdeling in de VS, zagen op dinsdag al hun vragen beantwoord bij accountancyfirma Prager & Fenton. Voor de biotech- en farmasector stond een bezoek aan Janssen Labs in San Diego op het programma, gevolgd door een netwerkluunch en het seminarie 'From Belgium to the US,

world leaders in biotech'.

Daarna volgden nog andere sessies, waaronder 'This must be Belgium: what Belgium has to offer to the film industry', een seminarie waarin minister van Buitenlandse Zaken Didier Reynders het Belgische taxshelter-systeem uit de doeken deed. Een officieel diner bij de burgemeester van Los Angeles sloot de dag af.

## Verrassende succesfactor

Woensdag 5 juni verplaatste de delegatie zich naar San Francisco. Daar startte de dag met de opening van de showroom van Atelier Vierkant, een Vlaamse ontwerper van design(bloem)potten. Tegelijkertijd organiseerde BNP Paribas Fortis samen met zijn dochteronderneming Bank of the West de sessie 'Economic and Funding trends in the Bay Area'.

Op de 'Belgian Entrepreneurs Night' konden een dertigtal Belgische ondernemers uit de San Francisco Bay Area de prins en de officiële delegatie privé ontmoeten. Nadien volgde een netwerk-receptie met alle deelnemers van de missie. Peter van Cronenburg: "Ik durf stellen dat de helft van het succes van een handelsmissie schuilt in het onderling netwerken tussen de deelnemers. Ervaringen uitwisselen, samen naar buiten treden ... dat zijn verrassende troeven van economische zendingen die voor mij van onschatbare waarde zijn."

## Van architect tot softwarearchitect

Donderdag 6 juni leidde de Belgische delegatie langs venture capital-bedrijf NEA en de University of California in Berkeley. Een beperkt aantal deelnemers kon aan de slag tijdens drie workshops bij zoekgigant Google. 's Avonds volgde de Belgian Tech Pitch Night, waarop negen Belgische bedrijven de kans kregen hun bedrijf kort voor te stellen aan het Amerikaanse publiek. Voor de designbedrijven stond een bezoek ingepland aan vijf lokale designers, waaronder een lunch & learn bij BAR Architects.

Vrijdag 7 juni bracht de ICT-bedrijven bij Cisco en Hewlett Packard. De designbedrijven sloten af met een bezoek aan twee belangrijke architectenbureaus, SOM en BAMO. "We stelden FIT zelf voor om een bezoek te brengen aan BAMO", geeft Peter van Cronenburg aan. "We leerden een van de oprichters van het bedrijf kennen tijdens een beurs in Parijs. Samen met de andere Vlaamse en Belgische designbedrijven brachten we hen een boeiend bezoek van ruim drie uur."

De laatste dag van de prinselijke handelsmissie eindigde in Café Bastille, waar de Belgian-American Chamber of Commerce (Belcham) uit New York samen met de accountancyfirma Moore Stephens Verschelden een drink organiseerde voor de hele delegatie.

## Boost voor uw netwerk

"Deelnemen aan een handelsmissie is ideaal om je internationaal netwerk uit te breiden", besluit Peter van Cronenburg. "Ik beschouw het als een klankbord waarmee je te weten komt hoe de lokale markt in elkaar zit, en welke verwachtingen potentiële klanten en partners er hebben. Onmisbaar als je iets wil opbouwen in het buitenland. Concrete resultaten moet je vooral zien op lange termijn". Ook Bart van Coppennolle blikt tevreden terug. "Het was zonder twijfel een vruchtbare ervaring. We hebben intussen al concrete gesprekken lopen met enkele grote bedrijven, en zijn ervan overtuigd dat dat binnenkort tot meer zal leiden!"

### 🔍 Ook op zoek naar opportuniteiten in de VS?

Bespreek uw plannen met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Alle gegevens vindt u op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be).



Flanders Investment & Trade organiseert voortdurend acties om u te ondersteunen bij uw internationaliseringsproces. We geven u een bondig overzicht van de acties waarvoor u zich nu kan inschrijven. Met andere woorden, klaar voor vertrek!

## CONTACTDAGEN

### Contactdag Frankrijk

4 tot en met 11 september 2013

Locatie: Antwerpen, Brugge, Hasselt, Oudenaarde en Leuven

#### Inschrijven

kan tot en met 10 september 2013.

☎️ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdagen Maleisië

2 tot en met 3 oktober 2013

Locatie: Leuven en Hasselt

#### Inschrijven

kan tot en met 1 oktober 2013.

☎️ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdagen Filippijnen

7 tot en met 9 oktober 2013

Locatie: Sint-Niklaas, Geel en Brugge

#### Inschrijven

kan tot en met 6 oktober 2013.

☎️ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdagen Denemarken en Noorwegen

18 tot en met 25 september 2013

Locatie: Hasselt, Gent, Antwerpen, Leuven en Veurne

#### Inschrijven

kan tot en met 18 september 2013.

☎️ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdagen Thailand en Vietnam

2 tot en met 9 oktober 2013

Locatie: Leuven, Hasselt, Sint-Niklaas, Geel en Brugge

#### Inschrijven

kan tot en met 1 oktober 2013.

☎️ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdagen Spanje, Portugal en Italië

9 tot en met 16 oktober 2013

Locatie: Hasselt, Antwerpen, Leuven, Gent en Brugge

#### Inschrijven

kan tot en met 8 oktober 2013.

☎️ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdagen Zweden en Finland

18 tot en met 25 september 2013

Locatie: Hasselt, Gent, Antwerpen, Leuven en Veurne

#### Inschrijven

kan tot en met 18 september 2013.

☎️ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdagen Indonesië en Singapore

2 tot en met 9 oktober 2013

Locatie: Leuven, Hasselt, Sint-Niklaas, Geel en Brugge

#### Inschrijven

kan tot en met 1 oktober 2013.

☎️ Neem contact op met uw provinciaal kantoor



## GROEPSZAKENREIZEN



### Multisectoraal – Turkije

4 tot en met 8 november 2013

De Turkse markt blijft topprioriteit voor FIT. Ook voor u? Neem dan deel aan onze jaarlijkse zakenreis. Die gaat dit jaar naar Gaziantep, Adana en Mersin, in het zuiden van Turkije. Deze regio vormt een groeiende industriële, commerciële en logistieke pool voor het zuiden en zuidoosten van Turkije en een belangrijk doorgeefluik naar het Midden-Oosten, de Kaukasus en de 'stan'-landen.

Door ons op deze regio toe te spitsen, willen we nieuwe deuren openen voor Vlaamse bedrijven uit de sectoren machinebouw en automatisering (voor textiel-, voedings-, verpakkingindustrie etc.), cleantech die in de groeiende industrie toepasbaar is, (infrastructuur-)bouw en bouwmaterialen, transport en (haven-)logistiek.

#### Inschrijven

kan tot 15 september 2013  
op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
☎ Barbara Tieleman, 02 504 88 87  
[barbara.tieleman@fitagency.be](mailto:barbara.tieleman@fitagency.be)



### Multisectoraal – Missie naar Kenia en Tanzania met de focus op de multilaterale instellingen

6 tot en met 13 november 2013

Het Afrikaanse continent is in volle ontwikkeling en dat geldt zeker ook voor Kenia en Tanzania. In de heropbouw en economische ontwikkeling van beide landen spelen multilaterale organisaties een grote rol. Ze zijn een bron van informatie, brengen u in contact met lokale overheden en helpen u bij de financiering van uw projecten. Bovendien schrijven ze aanbestedingen uit waarbij u verzekerd bent van transparante procedures en een tijdige betaling.

Voor beide landen richt FIT zich op de sectoren die de multilaterale instellingen financieel ondersteunen: 'institution and capacity building', landbouw, voedselzekerheid, watertoevoer en -zuivering, gezondheid, (alternatieve) energie, transportinfrastructuur en -diensten.

#### Inschrijven

kan tot 25 september 2013  
op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
☎ Johan Malin, 02 504 87 58  
[johan.malin@fitagency.be](mailto:johan.malin@fitagency.be)

## GROEPSSTANDEN



### BioFach – Nürnberg

12 tot en met 15 februari 2014

Ook in 2014 neemt FIT, in samenwerking met BioForum, deel aan de wereldvermaarde vakbeurs BioFach. Binnen onze groepsstand bieden wij de deelnemers een ingerichte stand aan.

BioFach legt bij de nieuwe editie vooral de focus op voeding, biologische landbouw, marketing en certificering.

#### Inschrijven

kan tot 10 september 2013 op  
[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
☎ Bea Kestens, 02 504 88 38  
[bea.kestens@fitagency.be](mailto:bea.kestens@fitagency.be)



### Foodex – Tokio

4 tot en met 7 maart 2014

Foodex is een van de toonaangevende voedingsbeurzen en veruit de grootste in Azië. Deelnemen is een must voor wie de lucratieve Japanse voedingsmarkt wil bewerken. Volgend jaar organiseert FIT er, in samenwerking met AWEX, opnieuw een groepsstand.

#### Inschrijven

kan tot 4 oktober 2013 op  
[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
☎ Frank Baeyens, 02 504 88 49  
[frank.baeyens@fitagency.be](mailto:frank.baeyens@fitagency.be)

## TREFDAG



### Trefdag Aankoopdienst Carrefour Spanje – Madrid

24 oktober 2013

Uw product in de rekken van Carrefour España? Dien uw kandidatuur in en u maakt kans op een individueel zakengesprek met de inkoper van Carrefour.

Carrefour España heeft meer dan 500 verkooppunten in Spanje en is op zoek naar koekjes, smeerpasta, chocolade, snoep, honing en confituren, gluten- of lactosevrije producten, 'international rayon', bio, gourmet en bier.

#### Inschrijven

kan tot 14 september 2013  
op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
☎ Barbara Tieleman, 02 504 88 87  
[barbara.tieleman@fitagency.be](mailto:barbara.tieleman@fitagency.be)

## PRINSELIJKE MISSIE



### India

23 tot en met 30 november 2013

Op de agenda van deze prinselijke missie staan New Delhi, Mumbai en Chennai – de drie belangrijkste metropolen van het land. Bedrijven uit alle sectoren kunnen zich inschrijven. Bijzondere aandacht is er evenwel voor infrastructuur, logistiek en transport, koudeketen, energie en cleantech, industriële toelevering, gezondheidszorg, ICT en telecom, en luxeproducten.

#### Inschrijven

kan tot 27 september 2013 op  
[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
☎ Sabine Vincke, 02 504 87 41  
[sabine.vincke@fitagency.be](mailto:sabine.vincke@fitagency.be)

## Op zoek naar expertise over internationaal ondernemen bij u in de buurt?

**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)

Internationale ondernemers verblijven tijdens hun zakenreizen regelmatig in het buitenland. Soms leven en werken ze er zelfs geruime tijd. Hoe beleven zij hun internationale carrière? Deze maand bevragen we Dirk Wynants, oprichter, hoofdontwerper en Big Boss bij Extremis.

# “Ik wil mee op het ritme van de lokale bevolking”

**Vóór mijn dertigste had ik nog nooit een voet buiten Europa gezet.** Nochtans heb ik altijd de honger gehad om de wereld te ontdekken. Daarom wilde ik die droom absoluut via mijn werk waarmaken. Gelukkig moet je, als je vooruitstrevend designmeubilair ontwerpt en verkoopt, sowieso internationaal mikken. Prospecteren hoort daar onlosmakelijk bij, een erg leuke plus. Vandaag vind je onze creaties in tachtig landen.

**Om de twee maanden ben ik twee weken in Sjanghai, en dat voor de komende twee à drie jaar.** China beseft zeer goed wat zijn sterke punten zijn, maar kent evenzeer zijn zwakheden. Het is niet langer de goedkope productiebestemming van weleer. De Chinese overheid ziet in dat creatief talent broodnodig is en moet worden gestimuleerd, wil de economie blijven groeien. Op vraag van DeTao Masters Academy geef ik er workshops Industrieel Design en ik run er ook een ontwerp bureau. Ik bevind me daar in het uitstekende gezelschap van collega-Masters als Jacob Jensen en frog.

**Er is al te veel 'brol' op de wereld en we kunnen ons niet permitteren om slechte kwaliteit te maken.** Zeker niet vanuit ecologisch standpunt. Daarom vind ik de kritiek dat we onze kennis weggeven aan de Chinezen – lees: daarna gaan ze

ons kapot concurreren – nonsens. Onze branche kan er alleen maar baat bij hebben. Bovendien heb ik het gevoel dat ik enorm bijleer van deze ervaring.

**Inspiratie is overal.** Er zijn twee manieren om ideeën te vinden: designboekjes lezen of ervaring opdoen. Het eerste doe ik nooit. Reizen is een onuitputtelijke bron van inspiratie, maar ook je directe omgeving kan creativiteit opwekken. Sta met een open geest en blik in het leven, en je vindt de muze wel. Al mijn modellen zijn een neerslag van mijn indrukken, ervaringen en passies.

**Ik wil een andere cultuur echt ervaren.** Als je van de luchthaven met de taxi naar het hotel rijdt en wordt opgehaald voor de volgende meeting, kan je eender waar ter wereld zijn. Daarom verplaats ik me het liefst met de metro of de fiets. Bovendien vermijd je zo de files, mijn persoonlijke hel. In veel landen verkies ik de lokale street food boven een diner in een chic restaurant. Dat brengt mijn zakenpartners weleens in verwarring.

**Woorden zijn soms overbodig.** Als mijn Japanse agente in Tokio me uitnodigt, weet ze dat ik erop sta om een andere stad te bezoeken én een kookles te volgen. Mijn eerste chef-leraars waren haar ouders. Hoewel ze geen woord Engels spraken, kon ik nadien toch tempura, su-



## Paspoort:

**Naam:**  
Dirk Wynants

**Functie:**  
oprichter,  
hoofdontwerper en  
Big Boss Extremis

**Sector:** design

**Studies:**  
Interieurarchitectuur  
en Meubelontwerp

**Leeftijd:** 49 jaar

**Extra:** getrouwd, twee dochters  
en een zoon



shirijst en yakitori maken. Zo heb ik in de loop van de jaren waardevolle banden opgebouwd met vrienden in het buitenland die alleen een andere taal machtig zijn.

**Mijn grootste cultuurshock heb ik net achter de rug.** Het komende jaar woont mijn zoon, die mijn reiskriebels heeft geerfd, deels in Oeganda. Hij gaat er een radiostation uit de grond stampen. Met het hele gezin zijn we erheen gereisd. We bezochten er enkele dorpjes en we spraken er zo veel mogelijk met de lokale bevolking. Voor mijn werk kom ik meestal in de grootsteden, dus dit was een totaal andere wereld. Een vrij confronterende ervaring. Dan beseft je weer hoe goed we het hier hebben.



Gent, die vrie wijze stad!

"Gent is het best bewaarde geheim van België. Ook Lonely Planet denkt er zo over. In 2010 prijkte Gent op de zevende plek in zijn top tien van 'Steden die je zeker moet bezoeken'. Het historisch centrum is autovrij en bruist van de gezellige drukte op de vele terrassen. Altijd hoor je wel ergens gerinkel van passerende trams of fietsgeratel op de kinderkopjes.



Karla Laheye

Adviseur Internationaal Ondernemen in Oost-Vlaanderen

Waar?

Belga Queen: Graslei 10, 9000 Gent

Korenlei Twee: Korenlei 2, 9000 Gent

Je kan uren genieten van de binnenstad, de torens van Gent, een terrasje en kunst met een kleine en grote K. Het Lam Gods in de Sint-Baafskathedraal is een absolute aanrader. Door de onopgeloste diefstal van het paneel van

de Rechtvaardige Rechters fascineert dit werk nog altijd jong en oud. Momenteel wordt het gerestaureerd, maar het blijft te bezichtigen.

Gent is een creatieve stad. Veel jonge ontwerpers hebben er een eigen boetiek. Laat de grote winkelketens dus voor één keer links liggen, en ga op ontdekkings-tocht langs de vele originele pareltjes in onder meer de Brabantdam, Bannesteege en Onderbergen.

Loop je langs het stadhuis, dan kan je meteen jouw oordeel geven over de beruchte 'Schaapstal', de overdekte markthall waar zowat elke Gentenaar een mening over heeft. Snuif de sfeer op aan de Graslei. Ga mensjes kijken vanaf het terras van de Belga Queen of lunch op het zalige terras van Korenlei Twee met uitzicht over de Leie en de gerestaureerde visserij.

Heb je nog tijd over, wandel langs het Gravensteen. Het blijft ongelooflijk dat zo'n een magistraal kasteel in het centrum van de stad staat. Eindig dit fantastische bezoek door te verdwalen in de nauwe straatjes van het Patershol.

't Es 't ziene weerd!

Boekentip

Inside the box

Drew Boyd & Jacob Goldenberg

In 'Inside the box' ontcrachten Boyd en Goldenberg het creatieve mantra bij uitstek. Wie almaar focust op out of the box denken, slaagt er niet in op langere termijn creatief denken in zijn organisatie te verankeren. De auteurs pleiten ervoor om systematisch aan nieuwe ideeën te werken. En dat kan alleen door zich te beperken tot de eigen omgeving.

Het boek reikt de lezer de middelen aan om duurzaam te innoveren, ongeacht de schaal of aard van zijn bedrijf. U wordt uitgedaagd om met een ver-

nieuwende kijk op klassieke denkprocessen aan de slag te gaan.

Over de auteur

Drew Boyd is docent Marketing en Innovatie en hoofd van de masteropleiding Marketing aan de universiteit van Cincinnati. Jacob Goldenberg is hoogleraar Marketing aan de Hebreeuwse universiteit van Jeruzalem. Daarnaast is Goldenberg ook oprichter van SIT (Systematic Inventive Thinking), een organisatie die wereldwijd bedrijven adviseert over innovatie.



Inside the box  
Gericht creatief denken voor de beste ideeën  
ISBN 978-90-470-0537-7  
Uitgeverij Atlas Contact



# 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