

Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

Februari 2013 nr.

50



Magazine van Flanders Investment & Trade, Agifite/Amor-Gent-X, BC21170 Gaucheretsstraat 90, 10300 BRUSSEL tel. 02 504 87 11 fax 02 504 88 99 www.flandersinvestmentandtrade.be info@fiatagency.be




- 4 **Hongkong**, waar het Oosten en het Westen vlot samenwerken
- 8 Radar
- 10 Wordt **e-commerce dé trend** van 2013?
- 14 **Energiekampioen EcoNation** verlicht de wereld
- 17 **Proactiviteit** is het codewoord voor 2013
- 21 Wordt u de **Leeuw van de Export 2013**?
- 23 FIT en ONDD werken samen om **Vlaamse export te bevorderen**
- 24 Vlaamse bedrijven leggen **Arabishe allianties**
- 25 **Medica-beurs Düsseldorf** opent deuren naar Europa en de wereld
- 26 Op visite bij **Turkse toppers**
- 28 Vertrek
- 30 “Ik voel me uitstekend in mijn vel
in the **land of the free**”
- 31 Check-out



Wereldwijs is een uitgave van

Flanders Investment & Trade
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen

Flanders Investment & Trade
Gaucheretstraat 90
1030 Brussel
T 02 504 87 11
www.flandersinvestmentandtrade.be
wereldwijs@fitagency.be

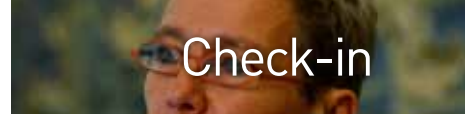
 www.linkedin.com/groups
 twitter.com/fitagency

Verantwoordelijke uitgever: Claire Tillekaerts.
Eindredactie: Flanders Investment & Trade, bijgestaan door Com&Co, bureau voor bedrijfsjournalistiek.
Hoofredactie: Dienst Marketing & Kennisbeheer Flanders Investment & Trade.
Foto's: FIT, Imageglobe en Bart Lasuy.
Lay-out en druk: Vanden Broeue 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 met uw adresgegevens.





Beste lezer,

De wensen voor het nieuwe jaar zijn nog maar net de deur uit en we hebben alweer een reden om te vieren: Wereldwijs is 50 nummers jong! Voor deze feestelijke mijlpaal schrijf ik met plezier dit voorwoord.

In de voorbije 50 edities hebben tal van bedrijven hun exportavonturen gedeeld. Het zijn er te veel om op te noemen, maar we bedanken alle ondernemers wiens verhaal we mochten optekenen. Ook veel dank aan onze medewerkers in binnen- en buitenland die maandelijks input, suggesties en feedback leveren. We hopen dat Wereldwijs de bedrijven in Vlaanderen blijft inspireren om ook andere markten aan te boren. Want het einde van de economische crisis is nog niet in zicht. Laat ons daarom geen tijd en energie verliezen met polariseren of doemdenken. Actie is nodig. Daarbij moeten internationaliseren en innoveren centraal staan.

Prijkte uw onderneming nog niet op een van deze pagina's of wil u graag nog eens in onze Wereldwijs-schijnwerpers staan? Als uw bedrijf wordt geselecteerd als een

van de zes genomineerden voor onze exportprijs de Leeuw van de Export, komt deze aandacht er gegarandeerd bovenop. Deze maand starten we opnieuw onze jaarlijkse zoektocht naar de mooiste Vlaamse exportsuccessen. Was 2012 een uitzonderlijk goed jaar voor uw onderneming, ook op internationaal vlak? Laat dan deze kans niet liggen en schrijf u in.

U kan voor uw inschrijvingsdossier – en voor alle andere zaken in uw internationaliseringsverhaal – een beroep doen op ons. Altijd. We helpen u met veel enthousiasme, zonder daarbij de realiteit uit het oog te verliezen.

Het is belangrijk dat de wereld weet dat Vlaamse bedrijven buitenlandse partners en klanten kwaliteit en innovatieve producten en diensten bieden. Daarbij mikken ze op een duurzame relatie. Een partnerschap op lange termijn is dan ook een win-winsituatie voor beide partijen. Daaraan meehelpen met gerichte informatie en advies op maat, is en blijft onze missie. Hoe we dat vanaf 2013 nog meer zullen doen, leest u verder in dit nummer.

Christ'l Joris
Voorzitter van de raad van bestuur van
Flanders Investment & Trade



Hongkong,

waar het Oosten en het Westen vlot samenwerken

Haal optimaal voordeel uit de nabijheid van China

Hongkong is China, maar ook weer niet. Toen het VK zijn kolonie Hongkong op 1 juli 1997 overdroeg aan China, kreeg het een statuut als speciale administratieve regio. Tot 2047 geniet Hongkong een hoge graad van autonomie: enkel defensie en buitenlandse zaken worden bepaald door het communistische moederland China. Gedurende die periode blijft de huidige wetgeving, op Britse leest geschoeid, van kracht. Eén land, twee systemen ... Wat betekent dat voor ondernemers ter plaatse?





Voor wie zakelijke ambities koestert in China, is Hongkong een ideale springplank. Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) Siegfried Verheijke kent beide bestemmingen en culturen erg goed. Van 2000 tot 2007 adviseerde en ondersteunde hij als VLEV de Vlaamse bedrijven die wilden ondernemen in China vanuit het FIT-kantoor in Peking. Nu vervult hij diezelfde functie al vijf jaar in Hongkong.

Hoe is de economische situatie vandaag in Hongkong?

Siegfried Verheijke: "Hongkong bleef redelijk gevrijwaard van de wereldwijde financiële en economische crisis. Hoewel de Hongkongse financiële sector minder risico's had genomen dan de westerse banken, ging het bbp in 2009 toch even in het rood. Maar de economische groeicijfers van 2010 en 2011 – respectievelijk 7,3% en 8,5% – bewezen dat Hongkong de crisis had verteerd. Vandaag speelt de fors dalende export naar Europa en de VS Hongkong wel parten. Zijn groei komt nu hoofdzakelijk uit zijn handelsrelatie met economische wereldmacht China. Dat bleek voldoende om 2012 af te sluiten met positieve groeicijfers, weliswaar een pak bescheidener dan het jaar voordien."

“Hier zijn bedrijven meester.”

Wat zijn, voor Vlaamse ondernemers, de belangrijkste verschillen tussen ondernemen in Hongkong en in China?

Siegfried Verheijke: "Hongkong hanteert een eigen douanesysteem en invoerreglement. Er gelden praktisch geen invoerrechten. Dat is in China wel anders,

waar elke grensoverschrijdende transactie onderhevig is aan vergunningen en registraties. Geld dat je in China hebt verdiend, moet in principe op een Chinese bankrekening blijven.

Als je een bedrijf opricht in Hongkong, kan je zakendoen met China en je betalingen in Hongkong ontvangen. Bovendien heb je de mogelijkheid om, in geval van een conflict met een Chinees bedrijf, de arbitrage in Hongkong te laten plaatsvinden. Voor Chinese firma's is Hongkong immers een neutrale jurisdictie. Ten slotte is het Engels een officiële taal en het meest gangbaar in de zakenwereld."

Welke zijn de grootste troeven van Hongkong?

Siegfried Verheijke: "Eerst en vooral de directe toegang tot China. Ten tweede: de ligging, Hongkong is een regionale hub. Van hieruit kan je niet alleen China bedienen, maar ook Zuid-Korea, Taiwan, Japan, Zuidoost-Azië en Australië. Tot slot is er het gemak van zakendoen. Dat is vergelijkbaar met Singapore. Hongkong voert al vele jaren de lijst van meest open economieën ter wereld aan. Er gelden nauwelijks restricties. Bedrijven zijn hier meester. De hele samenleving en het juridische bestel zijn afgestemd op ondernemen."

In Hongkong is de dienstensector overduidelijk dominant, met slechts een klein aandeel industrie. Hoe komt dat?

Siegfried Verheijke: "Oppervlakte is hier erg schaars, waardoor kantoor- en productieruimtes ontzettend duur zijn. Daardoor is in de jaren 70 en 80 vrijwel alle productie naar Zuid-China verhuisd. De Hongkongse overheid besefte eerder dat ze op het vlak van productie niet kon

concurreren met het Chinese vasteland, en dat ze welvaart kon creëren door de dienstensector te ontwikkelen en te promoten. Dat is duidelijk gelukt, want Hongkong is een erg welvarende regio geworden dankzij die dienstensector.”

Is een eerste stap via het dienstencentrum, erkend door FIT, een goede optie voor die hoge huurprijzen?

Siegfried Verheijke: “Absoluut. Het is een voordelige en praktische manier om je kansen in Hongkong af te tasten. Het dienstencentrum van de Belgium-Luxembourg Chamber of Commerce, dat door FIT is erkend, zorgt voor een instapklaar kantoor met alle nodige faciliteiten en een kant-en-klaar zakelijk netwerk, op een toplocatie in het businesshart van een groeiemarkt. FIT draagt overigens tot 50% bij in de kosten van het gebruik van het dienstencentrum. Maar in de praktijk merken we dat een stormloop op het dienstencentrum uitblijft. Ofwel reizen Vlaamse ondernemers af en toe naar hier, ofwel bouwen ze een volwaardig kantoor uit in Hongkong. De voordelen van deze tussenstap zijn hen misschien nog onvoldoende bekend.”

Onder welke vormen zijn Vlaamse ondernemers vooral aanwezig in Hongkong?

Siegfried Verheijke: “De meeste Vlaamse ondernemers kiezen ervoor om met een Hongkongse firma samen te werken. Voor vele bedrijven is dat de meest eenvoudige en financieel minst zware manier om hier aanwezig te zijn. De bedrijven die meer brood in Azië zien, zetten in Hongkong een regionaal kantoor op: vaak om van hieruit de verschillende markten in de regio te ontwikkelen, of om de financiële kant van hun activiteiten in Azië te beheren. Daarenboven zijn er nog

vele, misschien wel duizenden postbusbedrijven die opgericht zijn door Vlaamse bedrijven of zakenmensen. Maar deze zijn ons onbekend, simpelweg omdat ze zich niet kenbaar willen maken.”

Is er nog wel ruimte over voor Vlaamse ondernemers?

Siegfried Verheijke: “Je mag Hongkong niet bekijken als een alleenstaande markt. Die telt weliswaar 7 miljoen koopkrachtige consumenten, maar de grote sterkte is de toegangspoort naar China en naburige landen. Je vestiging in Hongkong vormt een basis, een platform van waaruit je je Aziatische activiteiten kan sturen.”

“Hongkong is een regionale hub van waaruit je niet alleen China bedient, maar ook Zuid-Korea, Taiwan, Japan, Zuidoost-Azië en Australië.”

In welke sectoren maken Vlaamse het meest kans?

Siegfried Verheijke: “Kwaliteit primeert. Elk topsegment zal het hier goed doen, ongeacht de sector. Vlaanderen staat sterk in vele niches, dus dat is geen probleem. We merken dat er een stijgende vraag is naar kwaliteitsproducten, en dat geldt zeker niet alleen voor chocolade en bier!”

Bestaat er een ideale marktaanpak voor Hongkong?

Siegfried Verheijke: “Hier aanwezig zijn



Boven: Siegfried Verheijke.

is een essentiële vereiste. Hoe vaker je kan praten met je potentiële partners, hoe beter. Zij zijn sneller geneigd om met je in zee te gaan als ze je goed kennen. Op dat vlak situeert een Hongkonger zich tussen een westerse zakenman – time is money – en een Chinese – eerst een goede persoonlijke relatie uitbouwen, dan pas overwegen zaken te doen.”

Hoe belangrijk is guanxi, het Chinese begrip voor netwerken en relaties opbouwen, in Hongkong?

Siegfried Verheijke: “Voor producten als chocolade is dat niet of minder van tel. Maar ben je bijvoorbeeld een toeleverancier van ziekenhuisapparatuur, dan zijn goede contacten met bijvoorbeeld de Hospital Authority wel nuttig. In tegenstelling tot het Chinese vasteland moet je in Hongkong wel een uitstekend product en een juiste prijs hebben om contracten binnen te halen, en komt de guanxi op de tweede plaats.”

“Hongkong hanteert een eigen douanesysteem en invoerreglement.”

Hongkong heeft weinig handelsbelemmeringen. Zijn er culturele verschillen waarmee Vlaamse ondernemers rekening moeten houden?

Siegfried Verheijke: “De zakencultuur leunt dichter aan bij de Angelsaksische dan bij de Chinese. Belangrijk is dat je een Hongkonger snel overtuigt waarom jouw product of dienst beter is. Dat kan zijn omdat de prijs-kwaliteitsverhouding scherp staat, de ondersteuning vanuit



- Kom persoonlijk naar Hongkong.
- Breng het adres in het Chinees mee; veel taxichauffeurs spreken geen Engels.
- Overtuig uw gesprekspartner snel waarom uw product of dienst beter is. Wees to the point.



- Vermijd het getal vier, dat wordt geassocieerd met de dood. Acht is daarentegen het geluksgetal bij uitstek.
- Vergeet uw businesskaartjes niet. Geef het af en ontvang het met beide handen.
- Verwacht niet dat u meteen een deal binnenhaalt.

het bedrijf optimaal is, je aanbod uiterst innovatief is, je regelmatig nieuwe collecties uitbrengt enzovoort. Hoe dan ook, kom snel tot de essentie van de zaak. Verwacht niet dat je meteen een deal zal sluiten, maar je weet snel of je contact geïnteresseerd is of niet. Zodra er bereidheid is tot samenwerking, moet je je tempo opdrijven. Dan moest de levering eigenlijk gisteren al hebben plaatsgevonden. Wees daarop voorbereid.”

“Elk topsegment zal het hier goed doen, ongeacht de sector.”

Tot slot, hoe is de handelsrelatie tussen Vlaanderen en Hongkong?

Siegfried Verheijke: “Ook na acht maanden in 2012 wou het met de export naar Hongkong niet vlotten. In vergelijking met diezelfde periode in 2011 was die met ruim 19% teruggelopen. Dit heeft vooral te maken met de terugloop van onze diamantuitvoer, een sector die het algemeen zwaar heeft de laatste tijd. Hongkong verdween daardoor uit de top 20 van onze populairste exportmarkten en moest de VAE de twintigste plaats gunnen. De voormalige Britse kroonkolonie heeft daarmee nog een ‘pink in de pap’ van 0,73% in de Vlaamse totaalexport, terwijl de inbreng vorig jaar nog tegen de 1% aanliep (0,93%).

Aan importzijde liep het na acht maanden stukken beter dan bij de uitvoer: de invoer uit Hongkong veerde net geen 22% op vergeleken met diezelfde periode in 2011. Het leverde 0,32% van wat Vlaanderen wereldwijd invoert, goed voor een 39e plaats onder onze leveranciers. Vorig jaar stond Hongkong 42e met 0,27% van de Vlaamse importorders op zijn naam.”

Belangrijkste Vlaamse exportproducten naar Hongkong (2011):

edelstenen, edele metalen en diamant (57,92%)

minerale brandstoffen, aardolie en distillatieproducten (7,39%)

organische chemische producten (6,39%)

kunststof en toepassingen (5,92%)

producten voor fotografie en cinematografie (3,05%)

Belangrijkste Vlaamse invoerproducten uit Hongkong (2011):

edelstenen, edele metalen en diamanten (88,44%)

elektrische machines, apparaten en uitrustingsstukken (2,96%)

machines, toestellen en mechanische werktuigen (2,33%)

speelgoed, ontspannings- en sportartikelen (0,71%)

kunststof en toepassingen (0,65%)

Meer weten over de diensten-centra, erkend door FIT?

Neem contact op met het dichtstbijzijnde provinciaal kantoor van FIT. U vindt alle contactgegevens op www.flandersinvestmentandtrade.be.

Wat staat binnenkort op ons programma voor Hongkong?

* Contactdag Hongkong – 20 tot 27 maart 2013

Bespreek in uw provincie uw exportplannen met onze VLEV Siegfried Verheijke.

* Azië voor beginners – Singapore en Hongkong – 12 tot 18 mei 2013

Multisectorale groepszakenreis voor Vlaamse exporteurs die een eerste stap in Azië willen zetten.

* Business of Design Week Hongkong – begin december 2013

België is dit jaar partnerland op deze gerenommeerde vakbeurs voor design.

Meer info vindt u op www.flandersinvestmentandtrade.be.



Fact sheet Hongkong

- **Oppervlakte:**
1.104 km²
- **Aantal inwoners:**
7.153.519 (juli 2012)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Hongkong:** 964 (2012)
- **Officiële taal:**
Chinees en Engels
- **Munteenheid:**
Hongkongse dollar; 1 EUR = 10,4 HKD (januari 2013)
- **Weetje:** volgens de Economist Intelligence Unit en BuzzData is Hongkong de ‘Beste stad ter wereld om in te wonen 2012’
- **Aandeel economische sectoren in bbp (2011)**
 - landbouw, bosbouw en visserij 0%
 - industrie 7%
 - diensten 93%
- **Belangrijkste exportbestemmingen (2011)**
 - China 54,1%
 - VS 9,4%
 - Japan 3,8%
 - India 2,7%
 - Taiwan 2,6%
 - Duitsland 2,6%
- **Belangrijkste leveranciers (2011)**
 - China 43,2%
 - Japan 8,5%
 - Singapore 6,5%
 - VS 6,2%
 - Taiwan 6,1%
 - Zuid-Korea 4%

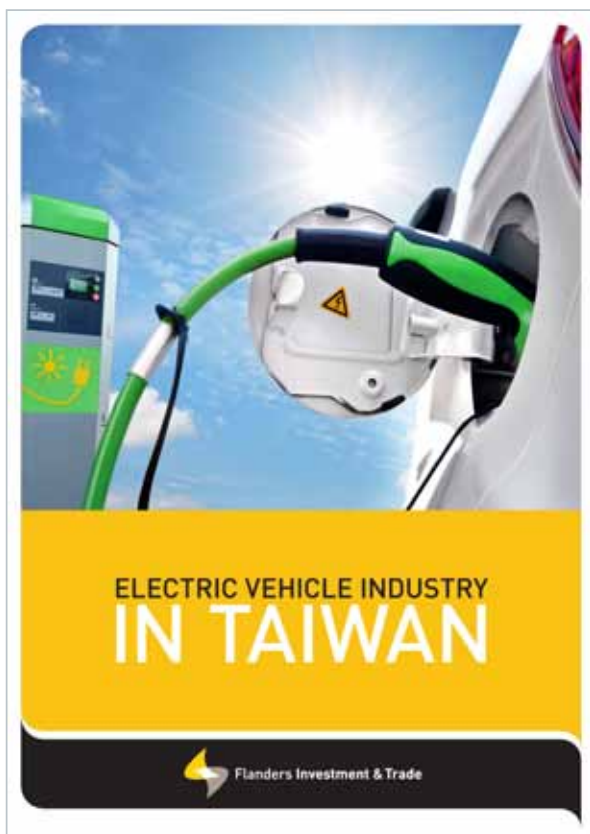
Voortdurend voeren onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) marktstudies uit. Geen zakenopportunity in hun werkterrein ontsnapt aan hun aandacht. Alle naslagwerken kan u lezen en downloaden op onze website www.flandersinvestmentandtrade.be, onder de rubriek 'Marktinformatie'.

Sterk naslagwerk



Healthcare in Saudi Arabia

Van het FIT-kantoor in Riyad komt de studie over de gezondheidssector in Saoedi-Arabië. In dit document komen onder meer volgende onderwerpen aan bod: bevolking en epidemiologie, toekomstplannen en maatregelen van de overheid, private sector, ziektekostenverzekering, reglementering, licenties, farmaceutische markt en het vrijhandelsakkoord.



Electric vehicle industry in Taiwan

Taiwan is een van de belangrijkste producenten van groene technologie. Taiwanese onderzoeksinstituten en ondernemingen zijn dan ook voortdurend wereldwijd op zoek naar opportuniteiten. Ook de overheid stimuleert volop deze ontwikkelingen en ziet cleantech als een belangrijke opportuniteit voor de economie van het land. De expertise van Taiwan in halfgeleiders, opto- en andere elektronica worden met succes toegepast in de cleantechsector, met veelbelovende resultaten op het vlak van onder andere elektronische voertuigen, batterijen en led. Deze studie gaat dieper in op de sector van de elektrische voertuigen in Taiwan, en de batterijsector die daarbij aansluit.



Interieur & design in Slovenië

Het FIT-kantoor in Ljubljana maakte een marktstudie over interieur en design in Slovenië. De studie omvat drie delen. Het eerste deel handelt over interieur, waarbij de verschillende nichesegmenten de revue passeren, met de bijbehorende adressenlijsten van invoerders en distributeurs. In het tweede deel, dat een breder kader schetst, wordt dieper ingegaan op het belang en de traditie van design in Slovenië. Tot slot volgt een overzicht van de belangrijkste beroepsorganisaties, vaktijdschriften en beurzen.

Download deze marktstudies op
www.flandersinvestmentandtrade.be.

Wordt e-commerce dé trend van 2013?



Het internet dient niet alleen meer om informatie op te zoeken. Intussen gebruiken we het ook als virtuele ontmoetingsplaats op socialenetworksites. Of als winkel die altijd open is. E-commerce – online verkoop – is een booming business. Vorig jaar werd in Europa voor meer dan 300 miljard euro online aangekocht. Een lucratieve business dus. De webwinkels rezen als paddenstoelen uit de grond, ook van Vlaamse makelij. Wereldwijd sprak met een aantal ervaringsdeskundigen.

Expert Patricia Ceysens (BeCommerce) en ondernemers Johan Groffen (PrintBirdie.com) en Benny Sintobin (E-Shopinvest) zitten met Wereldwijd rond de tafel. Ze vertellen vanuit hun ervaring over de kracht van e-commerce.

Wat haalde jullie over de streep om de stap naar e-commerce te zetten?

Benny Sintobin: “Halverwege de jaren 90 hebben mijn zus en ik E-Shopinvest opgericht, een webwinkel die fruitmanden verkocht. Ik kwam net terug uit de VS, waar e-commerce al goed ingeburgerd was. Het concept inspireerde me en aangezien mijn zus een winkel had, leek het ons een logische stap. We waren het tweede bedrijf in België dat een e-commercecontract voor onlinebetalingen afsloot met Atos. Onze oprichting haalde zelfs de voorpagina van De Tijd, maar die aandacht vertaalde zich niet in bestellingen. Internet was nog geen gemeengoed, laat staan dat consumenten er aankopen deden.

Johan Groffen: “De wetgeving van het land van waaruit je opereert telt, tenzij je een land of markt direct benadert door bijvoorbeeld een specifieke website voor dat land op te zetten. Dat kan absurde situaties creëren.”

De eerste jaren waren zeer moeilijk, pas in het vierde jaar maakten we winst. Intussen hadden we ons aanbod uitgebreid met geschenken en bloemen, en beheerden we de internetverkoop voor merken als Samsonite, Godiva en Jules Destrooper. Om die activiteiten gescheiden te houden, riepen we Gift.be in het leven, onze website voor geschenken, bloemen en fruitmanden.”

Johan Groffen: “PrintBirdie is nog een zeer jong bedrijf, opgericht in april 2012,

door drie man met een stevige trackrecord in de onlinedrukkerij. We verkopen bedrukte media via het internet. Ons productaanbod is heel breed, van papier over textiel tot magneten. Daarbij richten we ons vooral naar kmo's en naar de corporate markt, omdat daar meer recurrente business valt te rapen. Het aanbod bedrukte media voor die sector was hoofdzakelijk gericht op events. Dat willen wij verruimen.”

Online verkopen zit bij ons in de lift, maar is nog altijd niet zo populair als in de buurlanden. Hoe komt dat?

Patricia Ceysens: “De grote voortrekkers in Europa op het vlak van e-commerce zijn het VK, Duitsland en Frankrijk. Samen zijn ze verantwoordelijk voor 70% van de totale EU-markt. Door hun ervaring met postorderbedrijven hebben zij e-commerce snel omarmd. Ook Scandinavië en Nederland hebben de boot niet gemist. Vorig jaar zag ik gelukkig ook in België een inhaalbeweging. Talrijke nieuwe webwinkels openden de deuren, de sector krijgt steeds meer aandacht. Bedrijven geraken stilaan overtuigd van de voordelen van e-commerce. Veel leden van BeCommerce sloten het jaar af met fraaie groeicijfers, in deze economisch moeilijke tijden is dat toch een flinke opsteker.”

Patricia Ceysens: “E-commerce wapent een bedrijf tegen de economische crisis.”

Waarom doen e-commerce-bedrijven het goed?

Patricia Ceysens: “Consumenten laten steeds meer hun argwaan varen tegenover online betalen. Ze ontdekken de vele voordelen van online shoppen zoals het enorme aanbod, de continue beschikbaarheid en het gemak van bestellen van

uit je luie zetel. Die groeiende afzetmarkt bevindt zich per definitie niet alleen in eigen land. Met cross-border of internationaal ondernemen trekken bedrijven de kaart van innovatie, ook in e-commerce. Ze zijn verplicht om nieuwe technologie te implementeren en nauwlettend hun businessprocessen op te stellen.

Bovendien kunnen bedrijven in e-commerce alleen overleven als ze klantgeorieenteerd zijn, misschien nog meer dan in offline kanalen. Ze moeten echt op zoek gaan naar wat de consument wil en dat zo goed mogelijk invullen. Die combinatie van klantgericht en internationaal ondernemen maakt e-commercebedrijven, volgens mij, beter gewapend tegen de crisis.

Benny Sintobin: “We zijn maar zo goed als onze koeriers zijn, ook al bieden wij de garantie.”

Benny Sintobin: “Klopt. Van bij het begin hebben we ons gericht op de internationale markt. Daarnaast hebben we ons gespecialiseerd in eerder moeilijke producten. Verse bloemstukken verhandelen is logistiek ingewikkelder dan boeken en cd's verkopen, bijvoorbeeld. Dat we dat consequent hebben volgehouden, daar plukken we vandaag de vruchten



van. 80% van onze pakketten zijn bestemd voor de buurlanden.

Daarnaast beschik je in e-commerce over een enorme rijkdom aan data. Hoeveel tijd brengen klanten door in de webshop? Wanneer kopen ze? Hoeveel producten bekijken ze vooraleer ze bestellen enzovoort. Voor bedrijven is dergelijke informatie goud waard. Daarmee kan je je klanten zeer gericht benaderen. En dat loont, on- en offline."

Veel lokale ketens openen complementaire webwinkels. Is een combinatie off- en online aan te raden?

Benny Sintobin: "Wij werken uitsluitend online, ook al zouden we in ons 3.000 m² grote magazijn wel een klantenpunt kunnen installeren. We doen het niet, omdat het over twee verschillende zaken gaat. Ik vergelijk het weleens met een bakker. Die kan ook onmogelijk in z'n eentje brood bakken, verkopen én leveren aan klanten. Voorlopig houden we het bij onze telefonische klantendienst en medewerkers die de geschenkpakketten samenstellen."

Johan Groffen:

"Ik geloof in de combinatie van on- en offline."

Johan Groffen: "Ik geloof in een combinatie. We merken bij sommige kmo's nog altijd drempelvrees voor e-commerce. Daarom stellen we hen onze IT-oplossingen persoonlijk voor. Daarnaast leveren

we ook gepersonaliseerde diensten zoals ondersteuning en advies bij lay-out, papierkeuze, drukwerk en verzending. Kortom, we proberen onze klanten zo veel mogelijk te ontzorgen rond drukwerk."

Patricia Ceysens: "Of het aan te raden is, hangt af van welk product online wordt verkocht. Wel zien we almaar vaker dat de pure players multi-channel worden."

Patricia Ceysens:
"In e-commerce kan je alleen overleven als je klantgericht bent."

Wat zijn voor jullie de grootste uitdagingen in e-commerce?

Patricia Ceysens: "De harmonisering van de markt, zeker voor de EU. Met BeCommerce zetelen we in Ecommerce Europe, een overkoepelende vereniging die Europa daarin helpt en advies verleent. Vooral de btw-problematiek – verschillende tarieven in elk land – moet worden aangepakt. Pluspunt is dat Europa sterk gelooft in e-commerce, dus de wil is zeker aanwezig, maar het blijft een complex gegeven. Dat verandert je niet in een vingerknip. Ook de evolutie in logistiek van 'many to one' naar 'one to many' – een van de gevolgen van steeds meer consumenten die online kopen – volgen we op de voet. Dat vergt een nieuwe leveringsaanpak, waarbij bestellingen worden geclusterd."

Benny Sintobin: "De EU-richtlijnen kwamen er vrij snel, maar omdat het allemaal nog zo nieuw en onbekend was, hebben we over de jaren heen veel geleerd met vallen en opstaan. Hopelijk komt er inderdaad meer uniformiteit en meer eenvoud. Dat zou de kosten verlagen. Zo zijn buitenlandse btw-aangiftes administratief duur. De

grootste uitdaging blijft volgens mij logistiek. In feite zijn we maar zo goed als onze koeriers zijn, ook al bieden wij de garantie."

Johan Groffen: "Ook voor mij is de eemaking van de Europese wetgeving een prioriteit. Hoewel we in elk land een lokaal expertenbureau in de arm nemen, toch blijft het een kluwen. Per land hebben we een andere website met de landextensie, algemeen hebben we ook een .com-website. De wetgeving van het land van waaruit je opereert telt, tenzij je een land of markt direct benadert door bijvoorbeeld een specifieke website voor dat land op te zetten. Dat kan absurde situaties creëren. Een Nederlander die een bestelling plaatst via de .nl-website en een via de .com-website zal – in geval van conflict – volgens twee verschillende wetgevingen worden behandeld, namelijk de Nederlandse en de Belgische."

Benny Sintobin: "Van bij het begin hebben we ons gericht op de internationale markt."

Toch zijn die verschillende websites nodig. Ze laten ons immers toe om zeer gericht te communiceren en andere accenten te leggen. Door de culturele verschillen benader je klanten niet overal op dezelfde manier. Tot slot moet je per land rekening houden met productspecifieke elementen. Zo staat het venster in een envelop niet overal rechts."

Een van de drempels rond e-commerce is het zo goed als onbestaande fysieke klantencontact. Hoe kan dat worden opgevangen?

Johan Groffen: "Klantenrelaties zijn inderdaad een pak vluchtiger in e-commerce. We proberen via sociale media de conversatie gaande te houden. Daarnaast versturen we maandelijks een nieuwsbrief naar onze klanten. Niet zozeer om meer te verkopen, maar om de relatie warm te houden."

Tot slot, welke trends worden volgens jullie mainstream in e-commerce?

Patricia Ceysens: "M-commerce of mobiele commerce breekt gegarandeerd door. De stijgende verkoop van tablets en smartphones



is daar een voorbode van. In eigen land is het nog niet zover, maar we volgen best het buitenland.”

Benny Sintobin: “We merken inderdaad dat steeds vaker vanaf een tablet wordt besteld. Die trend impliceert een ander beslissingsmoment – ook tijdens de middagpauze bijvoorbeeld – en een andere aankooplocatie – zoals in de winkel. Zo maken consumenten soms vooraf een vergelijking op het internet en beslissen ze in het fysieke verkooppunt om toch online te bestellen. Het aankoopproces wordt met andere woorden diverser en individueller. Daar moeten we vandaag al rekening mee houden.”

🔗 Grijp uw kans!

Als u deze rubriek geregeld leest, dan kent u het principe: een rondetafelgesprek met een expert en enkele bedrijven over een mogelijk obstakel dat ondernemers tegenkomen op hun weg naar internationaal ondernemen. Is er een onderwerp waarover u graag experts aan het woord hoort, laat het ons weten!

We ontvangen uw suggesties graag op wereldwijs@fitagency.be.

🔗 Zet deze conversatie verder op LinkedIn

Heeft u zelf goede of minder goede ervaringen met e-commerce? Zoekt u bijkomend advies of tips van collega-ondernemers? Dan nodigen we u uit om verder te praten in onze LinkedIn-groep. Laat uw stem horen!



Ons panel



Patricia Ceysens

Patricia Ceysens is auteur van ‘E-mama, E-werken, kids koesteren’. Na haar ministerschap van Economie, Buitenlandse Handel en E-Government is ze, als voorzitter van de commissie Economie en Innovatie, nog altijd actief in het Vlaams Parlement. Daarnaast is ze voorzitter van BeCommerce, de Belgische vereniging van bedrijven actief in verkoop op afstand, zowel online als offline. Via bewustmaking, informatie, promotie, de certificatie van e-commerce websites d.m.v. een kwaliteitslabel en een eigen gedragscode, bouwt BeCommerce aan de groei van de sector en de versterking van het consumentenvertrouwen in verkoop op afstand.

www.becommerce.be



Johan Groffen

Na zijn master Handelsingenieur aan de Solvay Business School werkte Johan Groffen voor Accenture binnen de Communications, High Tech en Media Praktijk. Hij volgde een bijkomende opleiding Masterclass in Corporate Finance aan de Vlerick Leuven-Gent Management School, alvorens Print & Media Kitchen op te richten, het bedrijf achter PrintBirdie.

www.printbirdie.com



Benny Sintobin

Met twee masters – Economie en Internationale Handel – op zak begon Benny Sintobin zijn carrière bij Saluc, waar hij de afdeling Trading uit de grond stampte. Nadien behaalde hij een MBA aan de Amerikaanse Universiteit van Noord-Carolina. Voor hij E-Shopinvest (het voormalige Frucon) oprichtte, werkte hij kort als Management Consulting in E-business.

www.eshopinvest.eu

www.gift.be



Energiekampioen EcoNation verlicht de wereld

Unieke lichttechnologie uit Vlaanderen

In tijden waarin het energievraagstuk prangender dan ooit is, verwacht de wereld steeds meer van duurzame technologie. Met zijn intelligente lichtkoepels en lichtenergiemodel biedt het Gentse EcoNation dergelijke oplossingen. Dat gaat niet onopgemerkt voorbij. Ook al is het nog een echte starter, toch rijft het bedrijf de ene nominatie na de andere award binnen, ook internationaal. Hoog tijd voor een gesprek met Wereldwijs!

Maarten Michielssens, CEO van EcoNation, vertelt ons hoe EcoNation is ontstaan. Samen met Karla Laheye, bij FIT Adviseur Internationaal Ondernemen van het provinciaal kantoor Oost-Vlaanderen, overloopt hij de bedrijfsgeschiedenis van EcoNation. Het is een verhaal dat vorm kreeg door dromen en het lef om te ondernemen.

Steve Jobs achterna

Karla Laheye: "Klopt het dat EcoNation is ontstaan in een garage?"

Maarten Michielssens: "Zo zou je het wel kunnen stellen. Met vier man zijn we letterlijk met enkel een idee gestart. Dat bestond eruit om een lichtkoepel te bouwen die automatisch, op basis van lichtmetingen, de zon volgt om zo maximaal daglicht naar binnen te halen. De motor wordt aangedreven door zonne-energie. Aan een koepelfabrikant wilden we niet vragen om ze te produceren, want de kans was te groot dat ze met ons idee aan de haal zouden gaan. Ons team had juridische, financiële en commerciële expertise, maar een ingenieur zat er niet bij. Daarom zijn we naar de UGent gestapt met de vraag of ze met ons wilden samenwerken om de technologie te ontwikkelen. Zij brachten ons met de juiste mensen in contact en kort daarna, op 28 september 2009, hielden we EcoNation boven de doopvont. Die eerste maanden van de ontwikkelingsfase hebben we inderdaad vooral doorgebracht in een garage."

Ik geef het een jaar

Karla Laheye: "Was dat een berekend risico? Of geloofde je al zo sterk in je idee?"

Maarten Michielssens: "Het bleef uiteraard een gok, waarmee tijd en geld gemoeid waren, maar dat is inherent aan innovatie. Als het avontuur was mislukt, zou het een dure ervaring geweest zijn, maar ik ging er sowieso ontzettend veel van geleerd hebben. Ik had mezelf een jaar de tijd gegeven, nadien kon ik altijd weer voor een bedrijf gaan werken, ik was nog jong genoeg."

Karla Laheye: "Zou dat gelukt zijn met

jouw ondernemersbloed?"

Maarten Michielssens: "Ik had voordien al drie jaar in loondienst gewerkt, en heb dat graag gedaan. Maar zelf het kader kunnen creëren, je eigen waarden daarin leggen ... vind ik net een tikkeltje boeiender."

Aan de wieg van innovatie

Karla Laheye: "Intussen verkoopt EcoNation meer dan enkel de intelligente lichtkoepel LightCatcher. Hoe is het idee van het lichtenergiemodel ontstaan?"

"Ik mag nog zo veel verkondigen dat EcoNation fantastisch werk levert, een internationale prestigieuze prijs geeft ons de nodige autoriteit."

Maarten Michielssens: "Onze allereerste LightCatcher hebben we geplaatst op de luchthaven van Schiphol. Dat was op onze vraag en op onze kosten. Na een maand zouden we evalueren. Helaas belden ze ons al op na drie dagen. Omdat op een luchthaven zo veel verschillende radiogolven circuleren, was onze LightCatcher helemaal verstoord. We hebben toen al die storingsen eruit gefilterd, en bijgevolg onze technologie verbeterd. Tot grote tevredenheid van de klant. Drie maanden later mochten we er nog 27 LightCatchers installeren en sindsdien komen er jaarlijks bij."

De luchthaven van Schiphol was fan van onze technologie, maar kreeg van de overheid alleen nog budget voor onderhoud, niet voor nieuwe investeringen. Zo kwamen we op het idee om de LightCatchers te installeren, de kosten ervoor zelf te dragen, de gegenereerde energiebesparing te monitoren, en een deel van die

besparing door te rekenen aan de klant.

Die bespaart, zonder voorafgaande investeringskosten, meteen 20 tot 50% op zijn energiefactuur. Ons lichtenergiemodel 'LightCatcher Light Energy' was geboren."

Exclusief!

Karla Laheye: "Hoe ziet de concurrentie eruit?"

Maarten Michielssens:

"In de VS is er een fabrikant van 'actieve lichtkoepels', maar onze LightCatcher Light Energy is een exclusieve technologie. We hebben daarop vier patenten genomen, nationaal en internationaal. Eigenlijk is ons lichtenergiemodel een totaalpakket, met veel facetten. Zo is er een financieel deel, want we moeten kunnen investeren. Daarnaast is het juridische luik niet evident, want als je iets installeert op een dak, wordt dat onroerend goed. En ook technologisch moet alles op punt staan, want je moet zwart op wit kunnen uitlezen en aantonen hoe groot de besparing is. Daar hangt de betaling immers van af."

"Van bij het begin ben ik de juiste mensen tegengekomen die wilden meestappen in dit avontuur."

Kansen geven

Karla Laheye: "Van in het begin ging EcoNation internationaal, hoofdzakelijk op projectbasis. Sinds kort hebben jullie een vestiging in Marokko en China zit in de opstartfase. Hoe is dat gegaan?"

Maarten Michielssens: "Onze allereerste medewerker, Hassan Mourhit, vroeg of hij de Marokkaanse markt mocht verkennen. Daarvoor hebben we hem budget en, net zoals ik mezelf had toegelikt, een jaar de tijd gegeven. Daar is





hij bijzonder goed in geslaagd. Tijdens de FIT-handelsmissie naar Marokko onder leiding van Vlaams minister-president Kris Peeters hebben we verschillende contracten getekend en andere onderhandeld, onder meer met de Marokkaanse groene bank BMCE, die de LightCatcher zal aanbieden als financieel product rond energiebesparing. Het was opnieuw een gok, maar vandaag hebben we een Marokkaanse vestiging, met Hassan aan het hoofd.”

“Zelf het kader kunnen creëren, je eigen waarden daarin leggen ... dat vind ik net een tikkeltje boeiender.”

Voorwaarden voor succes

Karla Laheye: “Kan EcoNation overal zijn producten en diensten vermarkten?”

Maarten Michielssens:

“De technologie kan in gelijk welk land worden ingezet. Het is aan onze overtuigingskracht om potentiële klanten over de streep te trekken. In Marokko bijvoorbeeld, was dat niet eenvoudig. De zon schijnt er heel veel, waardoor velen denken dat de lichtkoepels de gebouwen te snel en te lang zullen opwarmen, en het in de zomer ondraaglijk warm wordt binnen. Dat is niet het geval bij de LightCatcher, die de warmte juist blokkeert via een systeem van stilstaande luchtlagen. In zonnige landen kunnen we meer branduren winnen en

meer warmte blokkeren.

We dachten zelf dat we in landen met weinig daglicht minder succesvol zouden zijn. Zweden is een goed voorbeeld, daar schijnt de zon amper tijdens bepaalde periodes van het jaar. Maar net dat bleek een argument te zijn voor Zweedse klanten: dat beetje daglicht optimaal laten renderen. Ook de energiekost ligt er relatief laag, normaal is een hoge energiekost een van onze beslissingscriteria om een markt aan te boren. Voorts moet er een hoge graad van industrialisering zijn, aangezien wij voornamelijk de industrie bedienen. Tot slot is het belangrijk dat er een groot besef is van het energieprobleem. In China is dat zeker het geval.”

“Het bleef een gok, waarmee tijd en geld gemoeid waren, maar dat is inherent aan innovatie.”

Samenwerking maakt sterker

Karla Laheye: “In eigen land telt EcoNation zes medewerkers, in Marokko twee en in China zullen dat er ook twee zijn. Hoe slaag je erin om, zelfs met een klein team, toch al een groot deel van de wereld te veroveren?”

Maarten Michielssens: “Geluk speelt een rol. Zo ben ik van in het begin de juiste mensen tegengekomen die wilden meestappen in dit avontuur. Naast Hassan Mourhit en de andere medewerkers, ben ik ook erg blij dat ik advies heb gevraagd aan professor Leo Goovaerts van de Vlerick Business School. Vandaag is hij voorzitter van onze raad van bestuur. Boudewijn Vanhuyse is nog iemand die een grote meerwaarde betekent voor ons bedrijf. Jarenlang heeft hij voor Bekaert de internationale activiteiten in goede banen geleid, nu doet hij dat voor ons.

Ook nominaties en awards zijn voor ons erg belangrijk. Zo dongen we met vier andere kandidaten naar de Zayed Future Energy Prize. Die werd halverwege januari uitgereikt in Abu Dhabi en is zowat de Oscar onder de milieuprijzen. We grepen net naast de hoofdprijs, maar genomineerd worden was al een hele eer. Die erkenning is immers erg belangrijk, want het opent deuren bij nieuwe klanten. Want

ik mag nog zo veel verkondigen dat EcoNation fantastisch werk levert, een internationale prestigieuze prijs geeft ons de nodige autoriteit. Hetzelfde geldt voor de mond-tot-mondreclame van onze klanten, dat zijn onze beste ambassadeurs. Tot slot kunnen we ook ons buitenlandse netwerk uitbreiden dankzij onze ‘preferred partners’, marktleiders in hun niche, waar we samen de markt mee bewerken.”



→ ID

- **Bedrijf:** EcoNation
- **Sector:** duurzame verlichting
- **Opgericht in:** 2009
- **Omzet in 2012:** ± 1,6 miljoen euro
- **% van omzet 2012 gerealiseerd in het buitenland:** ± 50%
- **Hoofdkwartier:** Gent
- **Aantal medewerkers:** 6 in België; 2 in Marokko en 2 in China
- **Product:** LightCatcher
- **Dienst:** LightCatcher Light Energy

🔗 Klaar voor de volgende stap in uw internationaliseringsproces?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Op www.flandersinvest-mentandtrade.be vindt u in de rubriek ‘Onze dienstverlening’ alle adressen en contactinfo.





Proactiviteit is het codewoord voor 2013

Krijtlijnen van het FIT-jaarplan



'Vlaanderen behoort in 2020 tot de top vijf van de kennisintensieve regio's op het vlak van geproduceerde en verdiende welvaart. Het Vlaamse gewest blijft in 2020 in de top vijf van de kennisintensieve regio's op het gebied van investeringen.' Dat is wat het Pact 2020 van Vlaanderen in Actie (ViA) ambieert.

Concreet betekent het dat meer bedrijven uit Vlaanderen moeten exporteren – en vaker naar verre groeimarkten – en dat het aantal buitenlandse investeringen in Vlaanderen moet stijgen, in aantal en in omvang. Een dubbelopdracht, die het kader vormt waarbinnen FIT opereert en waarop de dienstverlening van de organisatie is afgestemd.

Velen onder u zijn – in meer of mindere mate – vertrouwd met de dienstverlening van FIT. Tot groot genoegen, zo blijkt uit ons tweejaarlijkse klantentevredenheidsonderzoek, met scores die schommelen tussen de 95 en 97%. Voor ons is dat geen reden om op onze lauweren te rusten. Integendeel. Wat goed is, kan altijd beter. Daarom namen we onze organisatie kritisch onder de loep en schoven we mogelijke verbeterpunten naar voren. Die krijgen een prominente plaats in onze jaarplanning voor 2013.

Wereldwijd sprak met drie mensen over deze strategie: Claire Tillekaerts, gedelegeerd bestuurder, Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationaal Ondernemen, en Marc Van Gastel, afdelingshoofd Investeren.

Claire Tillekaerts:
"We moeten trots zijn op onze successen, en die net extra in de verf zetten."

Terugblik op 2012

Claire Tillekaerts: "Ik kijk tevreden terug op de werking van FIT in 2012. Ondanks de woelige tijden waarin we ons bevinden, zijn de Vlaamse exportcijfers goed. Uiteraard is dat in de eerste plaats de verdienste van de bedrijven, maar we hebben bij veel trajecten ondersteuning en advies verleend. Op investeringsvlak zien we een algemene tendens naar meer projecten, maar voor lagere budgetten en met een kleinere tewerkstelling. Door de felle concurrentie van andere Europese landen is een plek op de shortlist van buitenlandse investeerders geen evidentie. Zeker niet wanneer die louter basiscijfers in acht nemen, zoals loonkosten en vennootschapsbelastingen. Is FIT betrokken in het dossier en kunnen we concreet de troeven van Vlaanderen belichten – zoals de notionele interestaftrek – dan slagen we er beter dan de meeste concurrenten in om die plaats op de shortlist wel te be-

machtigen.

Algemeen kan ik stellen dat we met meer inspanningen dezelfde doelstellingen behalen. Die realiteit, die ook vele ondernemers zullen herkennen, zagen we al in 2011, maar in 2012 kwam ze nog duidelijker tot uiting."

Voordeel uit crisis

Dirk Van Steerteghem: "In zekere zin zorgt de crisis ervoor dat FIT meer op de voorgrond treedt. Om de Vlaamse economie te stimuleren, is internationaal ondernemen onontbeerlijk. Als ondernemers nagaan hoe ze uit hun soms beperkte middelen het grootste rendement kunnen halen, komen ze vrij snel bij FIT uit.

Voorts stel ik vast dat veel gespecialiseerde bedrijven uitstekend presteren, sommige zelfs beter dan ooit. Dat zijn niet altijd bekende namen, ook al behoren ze tot de wereldtop in hun niche. Vlaanderen is rijk aan dergelijke kmo's. Hun flexibiliteit geeft hen niet alleen een voorsprong op grotere bedrijven, maar ook de veerkracht om de crisis op te vangen.

Nog een gevolg van de crisis is dat Vlaamse exporteurs hun aandacht – soms willens nillens – verschuiven van Europa naar daarbuiten."

Claire Tillekaerts: "Tot twee jaar geleden ging 80% van onze export naar de EU, waarvan 60% naar onze buurlanden. Heel wat ondernemers worden vandaag verplicht om uit hun comfortzone te treden en verder te kijken dan die buurlanden. FIT moedigt dat actief aan en is daarbij graag de ondersteunende partner, vooral omdat we ervan overtuigd zijn dat daar de veelbelovende markten liggen voor de bedrijven. De doelstelling van ViA – het exportaandeel naar verre groeimarkten doen stijgen – wordt zo mee in de hand gewerkt door de eurocrisis."

Marc Van Gastel: "Een interessante samenwerking van het groeiende aantal actieve bedrijven in verre groeimarkten is de stijgende internationale interesse voor Vlaanderen. We merken dat er sprake is

van een duidelijke wisselwerking."

Proactief ageren

Claire Tillekaerts: "2013 wordt een uitdagend jaar, ook voor FIT. Daarom hebben we ons de vraag gesteld waar we een tandje kunnen bijsteken. Hoe verhogen we onze effectiviteit? Hoe kunnen we een grotere meerwaarde creëren voor Vlaamse en buitenlandse bedrijven?"

In onze denkoefening stond centraal wat Vlaamse ondernemingen nodig hebben en wat buitenlandse investeerders over de streep kon trekken om te kiezen voor

Dirk Van Steerteghem:
"We zullen klantenpanels samenstellen en bevragen rond bepaalde thema's."

Vlaanderen. Kortom, hoe kunnen we onze dienstverlening nog ruimer maken en onze klanten nog beter bereiken. Want laat het duidelijk zijn: FIT is geen bureaucratie, maar een resultaatgerichte organisatie. Eentje waar de klant – de Vlaamse economie – altijd voorop staat."

Hoe vond u het?

Dirk Van Steerteghem: "In onze beheersovereenkomst 2011-2015 met de Vlaamse overheid staan verschillende kritische prestatie-indicatoren (KPI's). Voor de afdeling Internationaal Ondernemen is daar – naast KPI's als een gewenst aantal matches tussen Vlaamse en buitenlandse bedrijven en de realisatiegraad van de geplande acties in onze 25 focuslanden – ook klantentevredenheid aan toegevoegd. Daarbij willen we verder gaan dan onze tweejaarlijkse tevredenheidsenquête. Zo monitoren we de klantentevredenheid systematisch en continu. Concreet vragen we elke deelnemer na afloop van een missie elektronisch om feedback."

Claire Tillekaerts: "Dat geeft ons de kans



om zeer kort op de bal te spelen. Als bijvoorbeeld dezelfde feedback regelmatig terugkeert, kunnen we onmiddellijk ingrijpen en aandachtspunten definiëren voor volgende missies. Op basis van wat bedrijven echt willen en nodig hebben, kunnen we nieuwe werkmethodes voorstellen en de huidige verfijnen. Het laat ons toe om nog meer ondersteuning op maat van de ondernemer te geven.”

Dirk Van Steerteghem: “Daarnaast hebben we intern onze product- en dienstencatalogus geëvalueerd. Daarbij onderzochten we hoe groot de meerwaarde voor de bedrijven is tegenover de inzet van middelen. Per dienst hebben we gezocht naar manieren om de laagste scores te doen stijgen, of duurdere diensten meer kostenefficiënt te maken. Ook hebben we met ons buitenlandse netwerk een SWOT-analyse uitgevoerd in functie van de bedrijven.

De resultaten van deze oefeningen verwerken we in onze jaarplanning, al zullen sommige projecten lopen op veel langere termijn. Ook zullen we onze bevindingen geregeld aftoetsen met de bedrijven. Daarvoor gaan we klantenpanels samenstellen die we bevragen rond bepaalde thema’s.”

Marc Van Gastel:
 “Welke bedrijven zijn de ontbrekende schakels in de Vlaamse waardeketens? Dat kunnen buitenlandse firma’s zijn, maar ook Vlaamse.”

Kloven dichten

Marc Van Gastel: “Ook binnen de afdeling Investeren hebben we een aantal proactieve denkoefeningen gemaakt. Daarbij zijn we uitgegaan van de sterktes en zwaktes van het Vlaamse economische weefsel. Wat ontbreekt? Hoe kunnen we dat verrijken om de Vlaamse welvaart te verhogen? Een erg belangrijk concept daarbij is de ontwikkeling van intelligente speerpuntclusters: regiogebonden samenwerking tussen kennisinstellingen en de bedrijfswereld. Het Leuvense imec, samen met de eromheen ontstane bedrijven en spin-offs van de KU Leuven zijn een mooi voorbeeld. Dergelijke clusters werken als magneten, waar vele spin-offs en ondernemingen – multinationals en binnen- en buitenlandse kmo’s – zich rond vestigen. In samenwerking

met partners willen we die clusters nog beter positioneren in het buitenland. Zo kunnen we onze kennis maximaal valoriseren.

Via een gap-analyse bepalen we hoe de waardeketen van een cluster in elkaar zit en waar het voordeel schuilt voor buitenlandse ondernemers. Vervolgens onderzoeken we welke bedrijven de ‘gaps’ of de gaten in de waardeketen goed zouden kunnen dichten. Dat kunnen buitenlandse firma’s zijn, maar ook Vlaamse. Met die resultaten gaan we aan de slag in 2013 en de volgende jaren.”

Claire Tillekaerts:
 “FIT is geen bureaucratie, maar een resultaatgerichte organisatie. Eentje waar de klant – de Vlaamse economie – altijd voorop staat.”

Claire Tillekaerts: “Opnieuw zijn we vertrokken vanuit de overtuiging dat we moeten ageren als bedrijf. Het is niet voldoende om alleen Vlaamse troeven



uit te spelen. Dat doet onze Nederlandse of Franse concurrentie ook. Een buitenlandse investeerder weegt uiteraard de financiële voordelen, maar belangrijker is dat hij weet dat er business zal voortkomen uit het feit dat hij zich vestigt in Vlaanderen. Daarbij is een gepersonaliseerde benadering cruciaal.”

Marc Van Gastel:
“Samen met de afdeling Internationaal Ondernemen en onze partners gaan we de Aftercare-markt nog beter verzorgen.”

Bruggen bouwen

Marc Van Gastel: “We zullen ook nog meer oog hebben voor de uitbreidingsinvesteringen van multinationals én buitenlandse kmo’s, de zogeheten Aftercare-markt. Daarbij moeten we de coördinerende rol van FIT versterken, samen met ons binnenlandse netwerk en onze partners, zoals het Agentschap Ondernemen. We zullen dat samen met de afdeling Internationaal Ondernemen aanpakken, want die buitenlandse bedrijven willen we ook versterken en ondersteunen in hun exportactiviteiten. Zij kiezen immers niet voor Vlaanderen om enkel onze markt te bedienen, maar de Europese. Zo wordt onze dienstverlening een

continue wisselwerking tussen Investeren en Internationaal Ondernemen.”

FIT = Flanders Investment & Trade

Claire Tillekaerts: “Die scheiding tussen de afdelingen Internationaal Ondernemen en Investeren wordt inderdaad steeds diffuser. We hebben nu al handelsmissies waarin beide activiteiten aan bod komen en dat zal in de toekomst nog meer het geval zijn. Zo was er de zending naar Japan in 2011 onder leiding van Vlaams minister-president Kris Peeters. Op basis van een SWOT-analyse van de Antwerpse chemiesector, in samenwerking met de Haven van Antwerpen en essenscia, hadden we een lijst opgesteld van Japanse chemiebedrijven die nog niet sterk aanwezig waren in Europa. We hebben die tijdens de missie gesproken

Dirk Van Steerteghem:
“Na een missie vragen we elke deelnemer elektronisch om feedback.”

tijdens enkele powerlunches. Ook Kris Peeters heeft daar zeer actief aan bijgedragen, onder de radar van de pers, wegens de confidentialiteit van die dossiers. Momenteel begeleiden we een bedrijf in zijn investering in Vlaanderen, gepland in 2013-2014. Een opmerkelijk resultaat, aangezien het naar Japanse normen

meestal vijf tot zes jaar duurt vooraleer een buitenlandse investeringsstap wordt gezet.”

Stop met doemdenken

Marc Van Gastel: “Investeringsdossiers worden per definitie uiterst discreet behandeld. Het is aan de investeerder of, hoe en wanneer hij ermee uitpakt. Als dat nieuws dan ergens in een hoekje op krantenpagina 17 belandt – terwijl het toch over een miljoeneninvestering gaat – dan kan dat volgens mij beter.”

Claire Tillekaerts: “Klopt. Het valt me telkens op dat slecht nieuws altijd de voorpagina haalt, het goede nooit. We moeten trots zijn op onze successen, en die net extra in de verf zetten. De cijfers spreken voor zich. Vlaanderen heeft fantastische bedrijven, die uitstekende resultaten neerzetten, ook op wereldniveau. We slagen er in om mooie investeringsdossiers binnen te halen, die werkgelegenheid en welvaart creëren in onze regio. Laat ons in het vervolg vooral daarop focussen en ons niet blindstaren op het negatieve nieuws.”

🔗 Wil u meer weten over wat FIT voor u kan betekenen?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Op www.flanderstrade.be vindt u in de rubriek ‘Onze dienstverlening’ alle adressen en contactinfo.



Wordt u de **Leeuw van de Export 2013?**

Aarzel niet en schrijf u in!

Jaar na jaar zet u fantastische bedrijfsresultaten neer, maar 2012 spande de kroon. Daarbij sprongen vooral uw exportactiviteiten in het oog. En om alles goed te kunnen bolwerken, nam uw personeelsbestand toe. Gefeliciteerd! U bent alvast de perfecte kandidaat om mee te dingen naar de felbegeerde Leeuw van de Export van FIT. De Leeuw brult in twee categorieën: bedrijven met minder dan 50 medewerkers en bedrijven met minstens 50 medewerkers.

Het zou zonde zijn om die knappe prestatie niet wereldkundig te maken. Want een sterke plaats op het wereldtoneel veroveren, is niet vanzelfsprekend. Daarom bekroont FIT twee Vlaamse bedrijven die daar in het voorbije jaar uitzonderlijk goed in slaagden.

Wie kan deelnemen?

Alle ondernemingen met een (hoofd) zetel in Vlaanderen, van waaruit ze goederen of diensten exporteren, kunnen een gooi doen naar de Leeuw van de Export. In welke categorie uw bedrijf terecht komt – middelgroot of groot – hangt af van het gemiddelde aantal medewerkers in 2012.

Tip!

Zorg dat uw dossier een wervend verhaal bevat. Dat moet al beginnen bij de samenstelling van het dossier en het zou de rode draad moeten vormen tot op het einde: de presentatie voor de jury.



Waarop worden uw exportcijfers beoordeeld?

De deelnemende bedrijven worden beoordeeld op volgende criteria:

- significante groei van de export;
- aandeel van de export in het omzetcijfer;
- specifiek exportbeleid met bijbehorende marketingtools;
- toekomstperspectieven op het vlak van export;
- financiële performantie;
- geografische diversificatie van de export;
- innovatieve aanpak;
- omzetgroei;
- groei van de tewerkstelling;
- aandacht voor duurzaam en ethisch internationaal ondernemen;
- kwaliteit van het ingediende dossier naar volledigheid en vorm.

dossier, kiest de jury in elke categorie een winnaar.

Waarom deelnemen?

Wie de Leeuw van de Export wint, voegt een toonaangevende prijs toe aan zijn palmares. Dankzij de 90 kantoren in ons buitenlandse netwerk reist het nieuws als een lopend vuurtje de wereld rond, zodat u in de nationale én internationale schijnwerpers staat. Daarnaast is deze award een mooie erkenning voor uw medewerkers en zakenpartners. Bovendien is het een belangrijke troef bij het aantrekken van nieuw personeel. Niet alleen voor de extra naambekendheid, maar ook omdat werken voor een winnend bedrijf aantrekkelijk is. Tot slot geeft u ook buitenlandse prospects een bijkomende bevestiging dat u een sterke partner bent.

Tip!

Dien een professioneel en kwalitatief dossier in. Investeer daar de nodige tijd in. Geef voldoende toelichting bij de verschillende items. Visualiseer met grafieken en beeldmateriaal.

Gewikt en gewogen

De selectie bestaat uit twee rondes. Op 10 mei kiest een vakjury de drie best scoorende bedrijven uit elke categorie. De zes genomineerden voor de Leeuw van de Export 2013 krijgen vervolgens een uitnodiging om op 7 juni hun dossier te presenteren aan de Vlaamse jury. Op basis van die presentatie en van het ingediende

Prijsuitreiking Leeuw van de Export 2013

Op dinsdag 18 juni zal Vlaams minister-president Kris Peeters de Leeuw van de Export 2013 uitreiken in het Cultureel Centrum Hasselt. Ook dit jaar valt de prijsuitreiking van de Leeuw van de Export samen met het jaarlijkse netwerkevenement van FIT. Meer dan 500

vertegenwoordigers van de Vlaamse bedrijfs wereld en het binnen- en buitenlandse netwerk van FIT zullen aanwezig zijn.

Een goed dossier is half gewonnen

In deze competitie wedijvert u met andere exportkampioenen. Uw dossier moet er dus met kop en schouders boven uitsteken. Uw Adviseur Internationaal Ondernemen helpt u graag bij het opmaken van uw dossier.

Prijkt uw naam binnenkort op deze lijst?

- 2012: Skyline Communications (<50 medewerkers) en Waterleau (>49 medewerkers)
- 2011: Orfit Industries (<50 medewerkers) en BEST (>49 medewerkers)
- 2010: Financial Architects
- 2009: DEME
- 2008: Metris
- 2007: Duvel Moortgat
- 2006: Hansen Transmissions
- 2005: BEST
- 2004: Traficon
- 2003: Jaga
- 2002: Snack Food Poco Loco

Op www.leeuwvandeexport.be kan u het officiële inschrijvingsformulier downloaden. Of vraag het aan via leeuwvandeexport@fitagency.be. Ook met bijkomende vragen kan u terecht op datzelfde e-mailadres. Stuur uw volledige dossier vóór vrijdag 19 april 2013 naar:

Flanders Investment & Trade
T.a.v. Guy De Winne
Gaucheretstraat 90
1030 Brussel



Onder: de winnaars van 2012.



FIT en ONDD werken samen om **Vlaamse export te bevorderen**

FIT slaat de handen in elkaar met de Nationale Delcredere dienst (ONDD), de Belgische openbare kredietverzekeraar. Die samenwerking bezegelden we op 13 november 2012. Met deze overeenkomst bundelen we onze inspanningen, sterktes en dienstverlening ten voordele van de Vlaamse bedrijven die over de grenzen heen opereren.

Onze afspraak geldt initieel voor de komende vijf jaar. Gedurende deze periode stellen FIT en ONDD hun kennis en netwerk ter beschikking van elkaar. Met deze samenwerking willen FIT en ONDD een extra bijdrage leveren tot het verwezenlijken van de doelstellingen in het Plan Vlaanderen 2020 en Vlaanderen in Actie.

1+1= 3

Samen vergroten we onze meerwaarde voor de Vlaamse bedrijven nog. "FIT en ONDD vormen een sterke combinatie. De intense band die FIT heeft met de bedrijven die in Vlaanderen internationaal ondernemen, zal de verspreiding van informatie rond de verschillende ondersteunende financiële en verzekeringsproducten van ONDD verbeteren", vertelt Claire Tillekaerts, gedelegeerd bestuurder van FIT.

Op één lijn

"ONDD en FIT vullen elkaar prima aan", voegt Dirk Terweduwe, CEO van ONDD toe. "We streven allebei naar een kwalitatief hoogstaande en efficiënte dienstverlening aan bedrijven. Een nauwere samenwerking en wederzijdse informatie-uitwisseling vormen een vruchtbare voedingsbodem om die bedrijven die in Vlaanderen internationaal actief zijn, nog beter te ondersteunen."



? Wil u ook gebruikmaken van onze expertise?

Neem dan contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. U vindt alle info en contactgegevens op www.flandersinvestmentandtrade.be.



Vlaamse bedrijven leggen Arabische allianties

Bij de economie van Saoedi-Arabië denkt u wellicht vooral aan olie. Maar dat ook andere sectoren aan belang winnen, bewijst het succes van de recente FIT-groepszakenreis naar het land. Tien Vlaamse bouw- en energiebedrijven tasten er van 16 tot 22 november 2012 hun kansen af tijdens een sectorale handelsmissie. Sectoren die er in volle opmars zijn, en waar onze bedrijven dus ten volle van zullen profiteren.

FIT organiseerde een afsprakenprogramma in de hoofdstad Riyad en de economisch belangrijke havenstad Dammam. In beide steden vonden een aantal b2b-meetings plaats in de lokale Kamers van Koophandel. Daarnaast konden de deelnemers ook uitgebreid prospecteren bij de Saudische bedrijven zelf. Voor veel deelnemers maakte de missie de weg vrij voor de eerste stappen in de Saudische markt.

Solide langetermijnstrategie

Orac Decor, producent van innovatieve en decoratieve kunststof sierlijsten en ornamenten, is actief in 70 landen. Daar ontbrak echter het veelbelovende Saoedi-Arabië. Pieter Debaere, Sales Manager Export, spreekt van een succes. "We hadden onze meetings al voorbereid via e-mail en telefoon, maar persoonlijk contact is toch een vereiste. Zo'n groepsreis met FIT verloopt bijzonder efficiënt", vertelt Pieter Debaere. "Door die puik organisatie konden we uitgebreid prospecteren. Bij onze zoektocht naar een importeur in een nieuwe markt, gaan we

namelijk niet over een nacht ijs. De handelsmissie paste dus goed in onze langetermijnstrategie."

Voor VLUX, fabrikant van waterdichte verlichtingstoestellen, was de zakenreis een ideale gelegenheid om het klantenbestand in Saoedi-Arabië op te krikken. "In de jaren 80 waren we al erg actief in de Saudische markt", verklaart Sales Director Paul Heylands. "Dat is gaandeweg verminderd, maar nu willen we die markt opnieuw aanboren. In Riyad en Dammam had ik meer dan 20 b2b-meetings. Dat waren zowel vroegere klanten als nieuwe zakencontacten. Een deel van die contacten kwam van ons, maar ook FIT heeft veel potentiële partners aangeleverd."

Veelbelovende vooruitzichten

Zoals gebruikelijk bij FIT-missies, konden de deelnemers nuttige contacten leggen op een aantal netwerkevents. Tijdens een receptie op de Belgische ambassade in Riyad maakte de Vlaamse delegatie kennis met enkele invloedrijke Saudiërs en Belgen werkzaam in het land. "De aan-

wezigheid van ambassadeur Marc Vinck had een erg grote impact", getuigt Pieter Debaere. "Een man van zijn kaliber kan Vlaamse bedrijven goed promoten bij de Saudische handelspartners. Met de lokale Belgen konden we bovendien heel wat ervaringen uitwisselen."

Voor VLUX was de missie alvast geslaagd. "Op dit moment hebben we nog contact met een handvol veelbelovende Saudische prospects", vertelt Paul Heylands. "We sturen hen stalen van onze armaturen op en bespreken de verdere stappen. De vooruitzichten voor een duurzame samenwerking zien er goed uit!"

🔗 Interesse in zakendoen in Saoedi-Arabië?

Via de FIT-groepsstanden kan u voordelig aanwezig zijn op de belangrijkste vakbeurzen van uw sector. Bespreek uw plannen met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Alle gegevens vindt u op www.flandersinvestmentandtrade.be.

Medica-beurs Düsseldorf

opent deuren
naar Europa
en de wereld



De jaarlijkse Medica-beurs in het Duitse Düsseldorf is wereldwijd de grootste medische vakbeurs. Om de sterke Vlaamse reputatie inzake diagnostiek, medische apparatuur en IT-toepassingen in de gezondheidszorg extra kracht bij te zetten, verzorgde FIT ook op de laatste editie een groepsstand. Daarop stonden 22 Vlaamse bedrijven verzameld.

Hoe ontmoet u als klein bedrijf of start-up de juiste mensen om nieuwe markten aan te boren? Voor bedrijven uit de medische sector is de Medica-beurs in Düsseldorf de netwerklocatie bij uitstek. Ruim 4.550 exposanten uit 64 verschillende landen stelden er zich van 14 tot 17 november 2012 voor aan zo'n 134.500 bezoekers.

Ook de Vlaamse deelname ging niet onopgemerkt voorbij. Zo pakten liefst 14 bedrijven uit met een innovatie of nieuw product, en bracht Vlaams minister-president Kris Peeters een eendagsbezoek aan de beurs dat in stijl werd afgesloten met een Vlaams netwerkevent. Daarnaast werden voor het eerst ook Oostenrijkse inkopers uitgenodigd via het FIT-kantoor in Wenen.

Kostbare tijdswinst

"Dankzij de FIT-groepsstand genieten we heel wat voordelen", vertelt Anton Fannes, Marketing & Communications Specialist bij eSATURNUS. Dat Leuvense bedrijf ontwikkelde een uniek digitalisatieplatform voor de weergave van medische beelden, en nam voor de derde keer deel aan de beurs. "De logistieke opbouw en inkleding van een beursstand brengen heel wat werk met zich mee. Dankzij FIT besparen we kostbare tijd, en beschikken we over een professionele stand", zegt

Anton Fannes.

"Als klein bedrijf is het trouwens niet makkelijk om op eigen initiatief een stand te bemachtigen op Medica", vult Harold Haspeslagh, manager bij Incorporate Technologies, aan. "De standplaatsen zijn beperkt en er bestaat een lange wachtlijst, maar dankzij FIT kunnen we toch aanwezig zijn."

Duidelijke return

De FIT-groepsstand miste zijn effect niet. "De voorbije weken konden we heel wat deals beklinken die voortvloeien uit onze aanwezigheid op Medica", deelt Anton Fannes mee. "Dankzij onze deelname konden we overeenkomsten sluiten in verschillende nieuwe markten."

Ook Incorporate Technologies verzamelde

een pak contacten en potentiële distributeurs. "Binnenkort bereiken we hopelijk een veel grotere markt met ons driedimensionaal meettoestel voor de rug", aldus Harold Haspeslagh.

Kris Peeters op bezoek

Vlaams minister-president Kris Peeters bracht een bezoek aan een dertigtal Vlaamse standhouders op Medica. "De aanwezigheid van Kris Peeters was een goede zaak voor jonge technologische bedrijven zoals eSATURNUS", besluit Anton Fannes. Harold Haspeslagh beaamt dat: "Het bezoek betekent een erkenning voor de Vlaamse medische industrie. De minister-president stuurt zo een belangrijk signaal dat hij oog heeft voor onze business."



Meer weten over de FIT-groepsstand op vakbeurzen?

Via de FIT-groepsstanden kan u voordelig aanwezig zijn op de belangrijkste vakbeurzen van uw sector. Bespreek uw plannen met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Alle gegevens vindt u op www.flandersinvestmentandtrade.be.



Op visite bij Turkse toppers

Voor Turkije, een land in volle bloei, trok FIT in oktober vorig jaar alle registers open. Maar liefst 100 Vlaamse bedrijven reisden met een prinselijke missie van 15 tot 20 oktober naar Istanbul en Ankara. Onder leiding van Vlaams minister-president Kris Peeters werd ook een luik in Izmir aangeboden. De Vlaamse delegatie had er meetings met kleppers uit onder meer de logistieke sector, bouw, havens, cleantech en financiële instellingen. De handelsmissie onderstreepte nogmaals wat al langer geweten was: Turkije is een groeiland in onze achtertuin.

Turkije staat op de vijftiende stek in de wereldwijde bbp-rangorde, maar de prognoses zijn nog een pak veelbelovender. In tegenstelling tot Europa blijft de economie er volop groeien, wat buitenlandse investeringen nog aantrekkelijker maakt. Het Turkse succesverhaal kent veel oorzaken: een omvangrijke en jonge bevolking die goed opgeleid is, een interessante geostrategische ligging, gezonde overheidsuitgaven en een ondernemersvriendelijk klimaat. Een reus

in wording: zo kan u Turkije economisch nog het best beschrijven.

Veelzijdige markt

Geen wonder dat FIT elk jaar een groepszakenreis organiseert naar het land. In 2012 vonden er ongeveer 550 b2b-meetings plaats. Dankzij de aanwezigheid van prins Filip en Vlaams minister-president Kris Peeters hadden de deelnemers er afspraken met de crème de la crème

uit hun sector. De reis startte in Istanbul, waar enkele Vlaamse IT-specialisten in de financiële sector een powerlunch hadden met het kruim van de Turkse bankwereld. Ook bouw- en infrastructuurbedrijven werden er ontvangen door Turkse zakencontacten. Als kers op de taart hadden zij een persoonlijk onderhoud met de Istanbulse burgemeester Kadir Topbaş.

Voor veel Vlaamse bedrijven was de zakenreis een ideale manier om hun

business voor te stellen aan de Turkse bedrijven. "Omdat de Turkse industrie erg veelzijdig is, konden we de Gentse haven aan veel sectoren presenteren", vertelt Patrick De Hertogh, Business Analyst bij Havenbedrijf Gent. "Via FIT konden we afspraken bemachtigen met Turkse topspelers in witgoed, voeding en automotive. Die exporteren nog veel via vrachtwagens. We willen hen wijzen op het voordeel van verkeer over zee, en dan specifiek via de Gentse haven. Om echter concrete afspraken te maken, moet eerst het vertrouwen tussen beide partners groeien. Daarom gaan we binnenkort terug, om met die spelers een vervolgtraject uit te stippelen."

Nieuwe afzetmarkten en investeerders

Niet elke deelnemer ging enkel met de grote jongens in zee. Het Lummense Prefamac, producent van chocolademachines, richt zich op zowel de artisanale als de industriële markt. CEO en eigenaar Myriam Schepers blikt tevreden terug. "De eetcultuur in Turkije is heel zoet, wat een ideale markt schept voor onze chocolademachines. We waren al actief in het land, maar tijdens deze prinselijke missie konden we de bestaande zakenrelaties verder aanscherpen. Via persoonlijke contacten spelen we efficiënter in op hun behoeftes, zoals vernieuwing of uitbreiding van hun machinearsenaal. Daarnaast hadden we ook tal van nieuwe contacten. Zowel kleine, ambachtelijke chocolatiers, maar ook industriële fabriekanten van zoetwaren."

Dat Vlaanderen en Turkije elkaar goed aanvullen, komt niet alleen door de grote Turkse afzetmarkt. Ook in Vlaanderen is er ruimte voor investeringen die beide landen ten goede komen. "De Gentse haven beschikt over ruim 600 hectare aan onontgonnen industrieterreinen", licht Patrick De Hertogh toe. "Met die zogenaamde greenfields trekken we investeerders aan. Nieuwe vestigingen in het havengebied kunnen zowel onze import als export gevoelig verbeteren."

Ontmoetingen op topniveau

Na Istanbul kwam Ankara in het vizier. De tandem Kris Peeters-prins Filip opende tal van deuren. Vlaamse energiebedrijven en specialisten in databeveiliging etaleerden hun expertise aan lokale overheidsinstellingen en federaties. Nog in Ankara werd de knowhow over bouwkunde gebundeld. Vlaamse bedrijven lunchten er met TOKI, de Turkse sociale huisvestingsorganisatie. Die lichtte een tip van de sluier op over de bouw van 500.000 woningen in het komende decennium.

Dat de aanwezigheid van prins Filip veel gewicht in de schaal legt, bevestigt ook Myriam Schepers. "Met klanten in meer dan 100 landen, zijn wij verplicht om constant de wereld af te speuren. Ik pik er vaak de prinselijke missies uit, want in veel landen opent de prins deuren. Niet alleen om makkelijker afspraken te bemachtigen met de grote firma's, maar ook om topfiguren uit de politiek en het zakenleven te ontmoeten. Grondig netwerken is er dan de boodschap."

Belooftevolle toekomst

Naast de b2b-meetings en officiële ontmoetingen stonden ook een aantal informele netwerkevents op het programma. Door het grote aantal deelnemers konden veel Vlaamse bedrijven ook onderling ervaringen uitwisselen. "Mensen die actief zijn in de export, raken meestal vlot aan de babbel", weet Myriam Schepers. "Ook de recepties hebben dus hun zakelijk nut. Het psychologische spel van netwerken en namedroppen mag je zeker niet onderschatten."

Turkije belooft nog veel moois. Dat ratingbureau Fitch eind vorig jaar de beoordeling een stap verhoogde naar BBB, was geen toeval. Patrick De Hertogh volgt de gunstige prognoses. "Al sinds de jaren 90 werk ik samen met Turkse bedrijven. Ik heb het handelsverkeer in de loop van de jaren dus zien toenemen. Die groei is zeker nog niet voorbij: binnen een aantal jaren is Turkije een echte economische grootmacht."

? Interesse in zakendoen in Turkije?

Ook dit jaar organiseert FIT in oktober een multisectorale groepszakenreis naar Turkije. Die gaat, naast Istanbul, ook naar het oosten van Turkije. Zodra meer info beschikbaar is, brengen we u op de hoogte.





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!

SEMINARIES



'Zakendoen met de internationale financiële instellingen in Bangladesh en Sri Lanka' – Brussel

20 februari 2013

FIT organiseert van 27 mei tot 6 juni 2013 een zending naar de internationale organisaties in Sri Lanka (Colombo) en Bangladesh (Dhaka en Chittagong). Vooraf vindt op 20 februari een seminarie plaats in onze hoofdzetel. U ontdekt er de zakelijke mogelijkheden in beide landen. Ook de rol die de verschillende internationale financiële instellingen spelen in de economische ontwikkeling van Sri Lanka en Bangladesh wordt uitgediept. Tot slot zal het programma van de zending nader worden toegelicht.

Uiteraard kan u aan dit seminarie deelnemen zonder dat u zich inschrijft voor de missie.

Sri Lanka: na de beëindiging van het militaire conflict enkele jaren geleden, behaalt het land steevast groei cijfers van meer dan 8%. De regering van president Rajapaksa maakte van de verbetering van het ondernemingsklimaat een van de beleidsprioriteiten voor de komende jaren. Ze legt de klemtoon op een gezond macro-economisch beleid, publieke infrastructuurinvesteringen en het aantrekken van buitenlandse investeringen.

Bangladesh: ook dit land legt mooie groei cijfers voor. Mogelijkheden zijn er onder meer in waterprojecten, textiel, infrastructuurwerken, agro-industrie, de medische sector en in het onderwijs.

Inschrijven

kan tot 15 februari 2013 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Arnout Geys, 02 504 87 96
arnout.geys@fitagency.be

GROEPSSTAND



Intermodal South America – São Paulo

2 tot en met 4 april 2013

De export van Brazilië is in vier jaar tijd ongeveer verdubbeld naar 120 miljard dollar. Europa is de belangrijkste exportmarkt, met de Vlaamse havens als belangrijke toegangspoort. Gezien de sterke concurrentie van de andere Europese havens, die ook op de beurs aanwezig zijn, is een Vlaamse aanwezigheid noodzakelijk. De havens van Antwerpen, Gent en Zeebrugge nemen alvast opnieuw deel.

Inschrijven

kan tot 15 februari 2013 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Frank Baeyens, 02 504 88 49
frank.baeyens@fitagency.be



Summer Fancy Food – New York

30 juni tot en met 2 juli 2013

Summer Fancy Food is een van de belangrijkste internationale voedingsbeurzen in de States.

Na een afwezigheid van twee jaar keert de beurs terug naar haar thuisbasis New York. Deelnemen aan deze actie is een uitgelezen kans om de Amerikaanse voedingsmarkt te verkennen, of bestaande contacten te verstevigen.

Volgende productcategorieën komen aan bod:

- voedingswaren: droge voeding, fijne vleeswaren, fruit & groenten, zoetwaren, zuivelproducten, bioproducten enzovoort;
- dranken: alcoholische en niet-alcoholische dranken;
- verwerkte voeding.

Inschrijven

kan tot 15 februari 2013 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Kurt Vleminckx, 02 504 88 03
kurt.vleminckx@fitagency.be

PSB-STAND



Libya Build – Tripoli

19 tot en met 23 mei 2013

Libya Build is veruit het belangrijkste event voor de Libische bouwsector. FIT organiseert er voor Vlaamse bouwbedrijven een Product Sample Booth. Bezorg ons tijdig uw productstalen en -communicatie.

De beurs is vooral gewijd aan: bouwmaterialen, architectuur, engineering consulting, elektrische en mechanische systemen, decoratie en interieur, modulaire bouwsystemen, water- en milieutechnologie, airconditioning en koeling, machines, badkamers, keramische tegels, landscaping en gardening.

Inschrijven

kan tot 20 februari 2013 op
www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Frank Baeyens, 02 504 88 49
frank.baeyens@fitagency.be



Fine Food Australia – Sydney

9 tot 12 september 2013

Fine Food Australia is de grootste en belangrijkste vakbeurs in Australië voor voeding, dranken en horeca. Jaarlijks verzamelen er ruim 100 exposanten uit 35 landen en ongeveer 23.000 professionele bezoekers uit alle hoeken van de wereld. Afwisselend vindt Fine Food Australia plaats in Sydney en Melbourne. De volgende editie zal doorgaan in het Sydney Convention & Exhibition Centre.

FIT zal er voor de derde keer aanwezig zijn met een Product Sample Booth, een formule waarmee u deze verre markt kan verkennen aan zeer gunstige voorwaarden, of op aanvraag met een individuele module van 6 m². We huren er een beperkte oppervlakte, die dienst doet als expositieruimte en als ontmoetingspunt voor uw afspraken. Als exposant bent u duidelijk te onderscheiden van de andere deelnemers.

Inschrijven

kan tot 31 maart 2013 op
www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Frank Baeyens, 02 504 88 49
frank.baeyens@fitagency.be

GROEPSZAKENREIS



Sectorale groepszakenreis VAE

15 tot en met 19 april 2013

FIT organiseert een groepszakenreis naar Dubai en Abu Dhabi. De focus ligt op bouw, energie, leefmilieu en water. Tijdens deze missie kan u de vakbeurs Water and Electricity Technology Exhibition (WETEX Dubai) bezoeken. Ontmoet er de aankoopdiensten van het Department of Water and Electricity uit Dubai (DEWA) en lokale bedrijven actief in deze sectoren.

Inschrijven

kan tot 15 maart 2013
 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Bart Van den Bossche, 02 504 87 09
bart.vandenbossche@fitagency.be



Multisectorale groepszakenreis Ierland

16 tot en met 18 april 2013

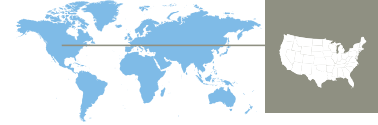
Na enkele crisisjaren kruipt Ierland uit het dal. Stilaan werpen de zware besparingsmaatregelen vruchten af. De 'Keltische Tijger' profileert zich als een gunstige vestigingsplaats voor buitenlandse bedrijven. België bekleedt de derde plaats als exportbestemming voor Ierland.

Veelbelovende sectoren zijn milieu (afvalverwerking en hernieuwbare energie), bouw, farma, ICT en voeding. Maar ook andere sectoren herbergen opportuniteiten. Voor elke Vlaamse deelnemer stelt FIT een individueel afsprakenprogramma op.

Inschrijven

kan tot 22 februari 2013
 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 Lukas Vanacker, 02 504 88 05
lukas.vanacker@fitagency.be

PRINSELIJKE MISSIE



Prinselijke missie VS

2 tot en met 8 juni 2013

Neem deel en ontdek Los Angeles en San Francisco. De Amerikaanse economie produceert meer dan een vijfde van het globale bbp. In termen van bbp per capita is de VS dan ook een van de rijkste landen ter wereld.

Deze prinselijke missie besteedt vooral aandacht aan de meest beloftevolle sectoren: biotechnologie, creatieve industrie (design), cleantech en ICT.

Inschrijven

kan tot 8 maart 2013
 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Anke Vanderstappen, 02 504 88 24
anke.vanderstappen@fitagency.be

CONTACTDAGEN

India

20 tot en met 28 februari 2013

Locatie: Leuven, Hasselt, Brugge, Dendermonde en Antwerpen

Inschrijven

kan tot en met 27 februari 2013.
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Pakistan

26 tot en met 28 februari 2013

Locatie: Brugge, Dendermonde en Antwerpen

Inschrijven

kan tot en met 27 februari 2013.
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

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

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

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 Dieter Vekeman, softwareontwikkelaar bij Clear2Pay.

“Ik voel me uitstekend in mijn vel in the land of the free”

Op professioneel vlak waren mijn ambities glashelder. Ik groeide op met computers en beleefde tijdens mijn humaniora volop de opkomst van het internettijdperk. Een zeer boeiende periode, waarin ik enthousiast mijn eerste stappen zette in de wondere wereld van programmeren en websites bouwen.


In 2000 knapte de beruchte internetzeepbel en gingen dotcombedrijven massaal op de fles. Toch bleef ik mijn droom – een succesvolle carrière als informaticus – najagen. Vol overtuiging schreef ik me in 2001 in voor de opleiding aan de UGent. De sector herademde: nog voor de officiële diploma-uitreiking kon ik een contract tekenen als consultant bij Accenture, een internationaal organisatieadviesbureau dat ook diensten biedt voor technologie.

Die eerste job in IT was een echte eye-opener. Ik kreeg een brede voeling met het werkveld en draaide mee op projecten rond software-integratie bij grote bedrijven als bPost en de toenmalige Fortis Bank. Al snel keek ik ernaar uit om te proeven van een buitenlands avontuur. Jammer genoeg deed de bankencrisis mijn kansen slinken. Bovendien wilde ik me graag meer verdiepen in de ontwikkeling van softwaretechnologie.

Net toen kwam Clear2Pay op de proppen. Dat Vlaamse softwarebedrijf informatiseert betalingsstromen in financiële instellingen. Het scheert internationaal hoge toppen en ik kreeg de kans om de wijde wereld in te trekken als softwareontwikkelaar.

India werd mijn eerste tussenstop. In Bangalore, het Indiase Silicon Valley, stuurde ik een team aan dat een product ontwikkelde rond credit transfers voor de Europese markt. Samen met mijn vriendin Katrien genoot ik er een half jaar van de couleur locale, een zeer verrijkende ervaring. Na amper vier maanden terug op Belgische bodem, trokken we zeven maanden naar Lissabon, waar ik aan de slag ging met een project rond betaaloplossingen voor de eengemaakte Europese betaalmruimte (SEPA).

Vorige zomer trouwden Katrien en ik in België. We zouden ons ook settelen in Gent. Toch wonen en werken we nu – alvast nog het komende jaar – in het Amerikaanse Atlanta. We betrekken een appartement in Buckhead, het stadsdeel dat het 'Beverly Hills of the South' wordt genoemd: een absolute bonus. Lang hebben we niet getwijfeld om the land of the free te ontdekken. Twee dagen na ons trouwfeest bevond ik me al in het kantoor



Paspoort:

Naam:
Dieter Vekeman

Bedrijf:
Clear2Pay,
voordien Accenture

Sector:
IT (banking software)

Functie: Softwareontwikkelaar

Studies:
Informatica
(softwareontwikkeling)

Leeftijd: 29 jaar

van Clear2Pay Amerika ...

Veel clichés over Amerikanen staan als een huis. Ze zien de zaken groots en profileren zich vaak met het nodige zelfvertrouwen. Ik hou wel van hun enthousiasme en de teamgerichtheid waarmee ze projecten aanpakken. Ook in de open bedrijfscultuur voel ik me uitstekend in m'n vel.

Om dat laatste ook letterlijk zo te houden, koken we zo veel mogelijk zelf om drive-inmomenten te beperken. We gaan ook vaak fietsen en doen onze kleine boodschappen te voet. Dat maakt van ons uitzonderingen: zelfs om te pinnen, hoef je hier immers je auto niet uit te stappen!



Keizer voor één dag

“Als je tijdens een zakenreis in Peking maar enkele uren vrij hebt om de sfeer op te snuiven, raad ik je Gugong aan. De meeste westerlingen kennen het als ‘De Verboden Stad’, op het Tiananmenplein of het Plein van de Hemelse Vrede.

Gugong, gebouwd tussen 1406 en 1420, was het keizerlijke paleis tijdens de Ming-

en Qingdynastieën. Je kan er gerust een hele dag doorbrengen. Het complex bestaat uit ongeveer 980 afzonderlijke gebouwen of lokalen, gelegen op 72 hectare.

Verwacht niet dat je er alleen zal rondwandelen, zeker niet bij prachtig weer. Maar zelfs even aanschouwen loont de moeite als je vlak voor de Hall of Supreme Harmony staat en jezelf in een scène van The Last Emperor van Bertolucci waant.

Heb je nog wat tijd over, trek dan naar

Hubert Cooleman

Vlaamse Economische Vertegenwoordiger in Peking



Waar?

Gugong

Meer Houhai

het nabije Houhai-meer. 's Avonds is het een populaire uitgangsbuurt met talrijke bars, cafés en restaurants. Op een zonnige dag is het er heerlijk flaneren door de unieke, eeuwenoude steegjes. Huur een riksja en neem een kijkje in de voormalige residentie van de beroemde Deng Xiaoping. Veel plezier en vergeet niet de befaamde Pekingeezen te proeven.”

Zài jiàn!

Boekentip

‘De interne keuken’

Guy Ooms

De concurrentie woedt heviger dan ooit. Competitief blijven in deze complexe tijden is geen makkelijke klus. Vaak zoeken managers antwoorden buiten hun organisatie. Maar dat is niet altijd de juiste benadering. Meestal ligt de oplossing binnen handbereik: in de interne keuken van uw bedrijf.

Dat de kracht van uw merk binnenin zit, maakt Guy Ooms al duidelijk op de cover. In 152 pagina's loodst hij u doorheen de stappen die u als ondernemer kan nemen om uw merk competitiever te maken. ‘De interne keuken’ draait rond veel meer dan branding en communicatie. Goed management, efficiëntie en productiviteit spelen ook mee. Maar in de eerste plaats staan de mensen binnen uw organisatie voorop.

‘De interne keuken’ legt managers haarfijn uit hoe ze hun organisatie van binnenuit kunnen opbouwen. Want wie het verborgen rendement in zijn organisatie weet te vinden, heeft de sleutel tot een krachtig merk in handen.

Over de auteur

Guy Ooms is managing partner van communicatiebureau Sigmund. Al sinds 1999 helpt hij bedrijven met internal branding. Als consultant werkt hij voor onder meer Nike, Mobistar en Total. Daarnaast is hij voorzitter van de expertgroep Internal & Employer Branding van STIMA (Stimulating Marketing).



‘De interne keuken’
ISBN 978-94-0140-581-2
Uitgeverij Lannoo



DE DAG DAT DE EXPORT MANAGER ZIJN DOSSIER AFLEVERDE

Doe mee aan de Leeuw van de Export 2013 van Flanders Investment & Trade.

**VOLG ONS
SEMINARIE
EN VERHOOG
UW KANSEN**

Scheert uw bedrijf hoge toppen in het buitenland? Dan wint u misschien de Leeuw van de Export 2013, de belangrijkste export-award van Vlaanderen. De Leeuw van de Export opent heel wat deuren in binnen- en buitenland en is een opsteker voor al uw medewerkers en partners. Maak dus meteen werk van uw kandidatuur en grijp de kans om uw bedrijf een ware boost te geven.



Dien uw dossier in voor 19 april. Alle info op www.leeuwvandeexport.be



Flanders Investment & Trade
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen



Hoofdsponsors



Sponsors



Mediasponsor

