

Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

Oktober 2012 nr. 46

De wereld vanuit een Fisheye-perspectief

Alle ogen zijn gericht op Brazilië

- 4 Alle ogen zijn gericht op **Brazilië**
- 8 Radar
- 10 **Olievlek of sprinkler:** heeft u al een exportmodel gekozen?
- 14 De wereld vanuit een **Fisheye-perspectief**
- 17 **Focus** op het Actieprogramma 2013
- 19 **Silicon Valley:** waar dromen uitkomen
- 21 Prinselijke missie naar **Japan** sterkt geloof in economisch herstel
- 24 Vertrek
- 26 **Aloha** van een Oost-Vlaming in **Hawaiï!**
- 27 Architecturale natuur in hartje **New York**



Wereldwijs is een uitgave van

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

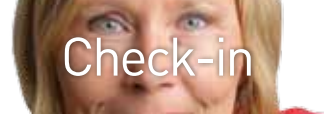
Flanders Investment & Trade
Gaucheretstraat 90
1030 Brussel
T 02 504 87 11
www.flandersinvestmentandtrade.be
wereldwijs@fitagency.be
 www.linkedin.com/groups
 twitter.com/fitagency

Verantwoordelijke uitgever: Claire Tillekaerts.
Eindredactie: Flanders Investment & Trade, bijgestaan door Com&Co, bureau voor bedrijfsjournalistiek.
Hoofdreductie: Dienst Marketing & Kennisbeheer Flanders Investment & Trade.
Foto's: FIT 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 met uw adresgegevens.



**Beste lezer,**

Binnen drie jaar zal 90% van de economische groei in de wereld buiten Europa plaatsvinden, aldus de Europese Commissie. Deze vaststelling zou de alarmbel moeten luiden bij ondernemers die enkel in de thuismarkt opereren. Onderzoek bewijst daarenboven keer op keer dat internationaal actieve kmo's sneller groeien: in werkgelegenheid, toegevoegde waarde en arbeidsproductiviteit. De voordelen van export zijn legio, zowel voor de bedrijven als voor onze Vlaamse economie. Daarom mogen de inspanningen om de Vlaamse export te maximaliseren, niet verslappen.

Koestert u exportambities, maar twijfelt u over hoe of waar te beginnen? Haal inspiratie bij ons panel in Turbulentie. Als

gouden tip willen we u alvast meegeven dat u uw internationalisering best zo professioneel mogelijk aanpakt. Organisaties zoals FIT geven u daarbij optimaal ondersteuning. Daarvoor hebben we een waaier van diensten en activiteiten. In het bijgevoegde Actieprogramma 2013 krijgt u een duidelijk overzicht van de acties die volgend jaar op onze agenda staan.


We hopen u talrijk te mogen verwelkomen op onze economische zendingen, beursdeelnames, seminaries en andere acties. Deel uw plannen met onze provinciale kantoren, het eerste aanspreekpunt in uw exportavontuur. Maar ook bij al uw volgende stappen op het internationale strijdtoneel kan u voluit op ons rekenen!

Claire Tillekaerts
Gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade



Alle ogen zijn gericht op Brazilië

Economische supermacht biedt grote zakelijke kansen



De B in BRIC, gastland van het WK voetbal 2014 en van de Olympische Spelen 2016. Brazilië boomt, zoveel is duidelijk. De wereld volgt aandachtig hoe het Zuid-Amerikaanse land met zevenmijlslarzen doorstoot naar de economische mondiale top. Op iets meer dan een decennium tijd heeft Brazilië een enorme metamorfose ondergaan. In het vernieuwde Brazilië is ook ruimte voor Vlaamse ondernemers, zeker in het licht van de grote sportevenementen die het land de komende jaren verwelkomt.



Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) Yves Lapere werkte van 1998 tot 2006 in ons kantoor in São Paulo. Daarna trok hij naar Johannesburg, waar hij Vlaamse ondernemers bijstond in hun Zuid-Afrikaanse internationaliseringsverhaal. Sinds februari dit jaar is hij opnieuw paraat in São Paulo. Met negen jaar Brazilië op de teller is Yves Lapere de geknipte gesprekspartner om een inzicht te krijgen in de zakelijke mogelijkheden van het land.

Brazilië is veel veranderd de jongste jaren. Wat viel u op bij uw terugkomst?

Yves Lapere: "De omwenteling was het grootst toen ik hier het eerst was. In 1998 was Brazilië nog een economische onbekende. De wereld kende Brazilië alleen als land van voetbal, samba en carnaval. Na een militaire dictatuur kwam met president Henrique Cardoso een periode van stabiliteit, zowel op politiek als op monetair vlak. Deze politiek werd verdergezet door president Lula en de Braziliaanse real groeide uit tot een sterke munt. Almaar meer buitenlandse investeerders vonden hun weg naar Brazilië. Toen ik in februari terugkwam, was het duidelijk dat de inspanningen en investeringen van de overheid om de veiligheid te verbeteren, vruchten hebben afgevoerd. Alleen de bureaucratie blijft een probleem."

Hoe is de economische situatie vandaag in Brazilië? Heeft de wereldwijde financiële en economische crisis er huisgehouden?

Yves Lapere: "Een pak minder dan in de meeste landen. Dat komt door de sterke positie van de financiële sector, gecombineerd met een strenge reglementering. Daardoor werden de banken minder

blootgesteld aan fatale risico's. Maar de groei van de export is wel afgenomen, Brazilië is immers een grondstoffenland en dus gebonden aan prijzen in de wereldmarkt. De regering heeft dat verlies opgevangen door onder meer de binnenlandse consumptie te promoten. Takken op bijvoorbeeld witgoed en wagens werden verlaagd, net als de rentevoeten. Daarnaast kondigde de overheid voor de 25 volgende jaren 53,5 miljard euro infrastructuurinvesteringen aan. Daarvan is 31,9 miljard euro gepland in de komende 5 jaar."

Is het economische hoogtepunt dan voorbij of is dit een tijdelijke dip?

Yves Lapere: "Ik geloof zeker nog in de groei van Brazilië. Dit jaar voorspellen economen een groeipercentage van ongeveer 2%. Van 2000 tot nu kon het land uitpakken met een gemiddeld groeicijfer van 3,8%. Een mooi groeigemiddelde, meer kan het land niet aan met zijn huidige infrastructuur. Niet te vergelijken met de blinkende resultaten van India en China, maar het toont aan dat Brazilië zijn reputatie van groeimarkt waarmaakt. Ook het perspectief is belangrijk, want het Braziliaanse bnp per inwoner is 6 à 7 keer groter dan in India."

“Exporteren naar Brazilië moet je zien als een investering, en een behoorlijk dure.”

Bovendien zag ik in Zuid-Afrika in de aanloop naar het WK voetbal 2010 hoeveel investeringen daarvoor worden gedaan. Dat zal ook in Brazilië het geval zijn. Veel

van de geplande investeringen zal het land zelf kunnen dragen. De overheidsschuld bedraagt minder dan de helft van het bbp. De geplande sportevenementen en de hieraan gelinkte investeringen in infrastructuur zullen het land zeker een nieuw elan geven.”

“In alle sectoren zijn opportuniteiten, behalve in die waar de lokale concurrentie sterk staat.”

Hoe vertaalt zich dat concreet?

Yves Lapere: “De opportuniteiten situeren zich nu vooral in infrastructuur. Uiteraard bij de bouw van de sportstadions, maar ook het openbaar vervoersnetwerk wordt sterk uitgebreid. Vlaamse bedrijven kunnen daar in onderaanneming een aardig graantje van meepikken. Ik denk daarbij aan sportuitrusting, schermen, zitjes, grasvelden enzovoort.

Twee jaar geleden zijn tijdens de prinselijke missie naar Brazilië uitstekende contacten gelegd met de FIFA, de internationale voetbalorganisatie. In maart 2013 verwachten we de bekendmaking van de tenders rond de Olympische Spelen 2016. FIT zal daarover communiceren via de website, onze nieuwsbrief FIT express en in Wereldwijs. De beste manier om deel te nemen aan een aanbesteding is via een eigen bedrijf ter plaatse of samen met een lokale partner.”

Maken Vlaamse ondernemers uit andere sectoren ook kans in Brazilië?

Yves Lapere: “Brazilië is als een continent, in landoppervlakte is het ongeveer 280 keer zo groot als België. In alle sectoren zijn opportuniteiten, behalve in die

waar de lokale concurrentie sterk staat. De automarkt bijvoorbeeld. Daarin verdubbelen de importkosten door taksen. Daar kan je onmogelijk tegenop, dan investeer je beter in een lokale assemblagepartner. Ook in de textielsector, behalve tapijt, is het moeilijk om hier een plek te veroveren.

Maar de vraag naar farma, voeding, logistiek, chemie en machines is enorm. Daarnaast staan hier veel projecten in windenergie op stapel. Brazilië is een ‘groen’ land. Dat is historisch zo gegroeid door zijn natuurlijke rijkdommen. Ongeveer 90% van de elektriciteit wordt gewonnen via waterkrachtcentrales.”

Wat zijn de grootste troeven van en uitdagingen voor Brazilië?

Yves Lapere: “De grootte van de interne markt – ongeveer 200 miljoen inwoners – die bovendien zeer consumptiegericht is, vind ik de grootste troef. Daarnaast is de koopkracht per persoon het hoogst in Brazilië, als je die vergelijkt met de andere BRIC-landen Rusland, India en China. Tot slot is de Braziliaanse economie zeer gediversifieerd. De grootste uitdaging is het onderwijs op punt stellen, daar heeft de overheid nog een hele kluit aan.”

Hoe gemakkelijk is het om de Braziliaanse markt te betreden?

Yves Lapere: “Exporteren naar Brazilië moet je zien als een investering, en een behoorlijk dure. Met mailings versturen, zal je hier weinig gehoor vinden. Je moet persoonlijk naar Brazilië komen. Gemiddeld zijn drie tot vier prospectiereizen nodig vooraleer je een partner hebt gevonden en de juiste contacten hebt opgebouwd. Daarna moet je de klanten minimum jaarlijks bezoeken. Vele Vlaamse ondernemers geven de moed op als de eerste prospectiereis niets heeft opgeleverd. Dat is fout, je moet net doorzetten en geduld uitoefenen. Ook is het belang-

rijk dat je bedrijfscommunicatie in het Portugees beschikbaar is. De meeste zakenlui spreken of verstaan wel Engels, maar voor het eerste contact moet je via het secretariaat, en daar zijn velen niet Engelstalig. Hierbij kan FIT ondersteuning bieden, door de eerste afspraak te maken.”

Bestaan er best practices voor zakendoen in Brazilië?

Yves Lapere: “Bezoek vakbeurzen in Brazilië, zo krijg je op korte tijd een goed overzicht van het lokale aanbod en ontmoet je belangrijke importeurs en andere spelers. Onderzoek goed met welke partner je in zee gaat. Een oplossing voor de hoge importkosten is de oprichting van een eigen kantoor of een samenwerking met een lokale partner. Voer bijvoorbeeld in bulk uit en laat dit ter plaatse herverpakken.

Deelnemen aan de multisectorale zakenreis naar Brazilië en Uruguay in november geeft je een zeer geschikte opener om de markt te verkennen. Via deze kostenefficiënte manier ontdek je welke rol je bedrijf er kan spelen.”

Zijn er, naast de hoge importkosten, nog andere handelsobstakels in Brazilië?

Yves Lapere: “Het land biedt ontzettend veel potentieel, maar de toegang verloopt niet altijd van een leien dakje. Vooral de niet-tarifaire belemmeringen vormen een hinderpaal. De registratie van farmaceutische producten, bijvoorbeeld, duurt al gauw een jaar. De trage bureaucratie blijft een heikel punt. Toch kan het protectionisme van Brazilië ook een pluspunt zijn. Als je er al actief bent, beschermt het immers ook jouw positie.

Zet door, onthoud dat collega-ondernemers met dezelfde opstartproblemen hebben geworsteld, en dat zij nu zeer succesvol zakendoen in Brazilië.”

Hoe is de handelsrelatie tussen Vlaanderen en Brazilië?

Yves Lapere: “De Vlaamse uitvoer naar Brazilië ging ook in 2011 in opgaande lijn, al bleef de toename enigszins beperkt. Vlaanderen wist wel voor het eerst de kaap van 2 miljard euro te ronden, of jaar op jaar een meeruitvoer van iets meer dan 6%. In het eerste kwartaal van 2012 knoopte de uitvoergroei naar Brazilië terug aan bij de indrukwekkende stijging van 2010 (+58%) en noteerde +36,4% in vergelijking met dezelfde periode in 2011. Dat was vooral te danken aan de sectoren van de brandstoffen, organische chemie en kunststoffen.



DO

- Investeer in een goede persoonlijke vertrouwensrelatie.
- Wees vriendelijk, een eerste contact starten met een glimlach geeft u een voorsprong. Maak oogcontact, dat straalt vertrouwen uit en toont interesse.
- Neem voldoende naamkaartjes mee. Met een Portugese versie scoort u extra punten.



DON'T

- Erger u niet aan dingen die, vanuit Europese ogen bekeken, als inefficiënt kunnen worden beschouwd, maar pas uw tempo aan.
- Ga er niet meteen vanuit dat de verkoop rond is als u enthousiaste reacties krijgt bij de voorstelling van uw product.
- Denk niet dat Brazilië een derdewereldland is.



Boven: Yves Lapere

Wat de Vlaamse invoer uit Brazilië betreft, die kende in 2011 voor het tweede jaar op rij een aanzienlijke stijging. In die mate zelfs dat de resultaten uit 2007 en 2008 opnieuw in het vizier komen. Vlaanderen importeerde in 2011 voor 2,5 miljard euro, een stijging van ruim 23% in vergelijking met het jaar voordien. Spectaculaire stijgers waren kunststoffen, onedel metaal en plantaardige producten.

“De beste manier om deel te nemen aan een aanbesteding is via een eigen bedrijf ter plaatse of samen met een lokale partner.”

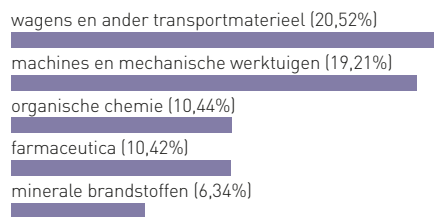
Ook minerale producten, en chemie en farma deden het goed. Al steeg de import van voeding en dranken met een eerder matig 7,4%, toch bleef het in 2011 invoerbranche nummer 1, met een kleine 20% van de Vlaamse totaalaankopen in Brazilië. In het eerste kwartaal van 2012 kon de import uit Brazilië de glansprestatie van vorig jaar (+29,3%) net niet overdoen en strandde een halve procent lager (-0,54%) op 579 miljoen euro.”

Tot slot, met welke culturele verschillen tussen Vlaanderen en Brazilië moet de Vlaamse ondernemer rekening houden?

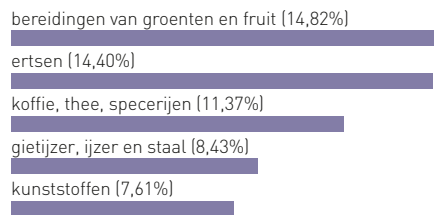
Yves Lapere: “Brazilianen zijn bijzonder optimistisch en enthousiast. Als in je aanbod acht positieve en twee negatieve elementen zitten, zullen Braziliaanse zakenmensen tijdens het eerste gesprek focussen op de positieve. Daardoor kan je verkeerdelijk interpreteren dat de deal rond is.

Daarnaast is in Brazilië tijd een flexibeler begrip. In São Paulo houdt men zich stipt aan afspraken – niet altijd makkelijk door het grote fileprobleem – maar buiten São Paulo is een afgesproken tijdstip niet altijd heilig. Hou daar rekening mee en pas je tempo aan aan de lokale omstandigheden. Als je snel je geduld verliest, straalt dit negatief op je af. Brazilianen zijn meestal bijzonder gastvrij en spraakzaam, als je voet aan de grond hebt, is het hier erg fijn zakendoen!”

Belangrijkste Vlaamse exportproducten naar Brazilië (2011):



Belangrijkste Vlaamse invoerproducten uit Brazilië (2011):



Wat staat binnenkort op ons programma voor Brazilië?

* Multisectorale zakenreis Brazilië & Uruguay – 12 tot 16 november 2012

Economische zending naar São Paulo en Rio de Janeiro in Brazilië; en naar Montevideo in Uruguay.

* Intermodal São Paulo – 2 tot 4 april 2013

PSB-stand op de belangrijkste logistieke beurs in Zuid-Amerika. Ongeveer 46.000 bezoekers komen naar Intermodal São Paulo.

* Hospitalar São Paulo – 21 tot 24 mei 2013

FIT-groepsstand op de meest toonaangevende medische vakbeurs in Zuid-Amerika, waarop circa 92.000 bezoekers aanwezig zijn.

* Multisectorale zakenreis Brazilië & Chili – 23 tot 27 september 2013

Economische zending naar São Paulo in Brazilië en naar Santiago in Chili.

Meer info vindt u op www.flandersinvestmentandtrade.be.



Factsheet Brazilië

- **Oppervlakte:** 8.514.877 km²
- **Aantal inwoners:** 205.716.890 (juli 2012)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Rio de Janeiro:** 1.575 (2012)
- **Aantal Belgen ingeschreven in São Paulo:** 2.176 (2012)
- **Officiële taal:** Portugees
- **Munteenheid:** real; 1 EUR = 2,56 BRL (september 2012)
- **Weetje:** Brazilië is de grootste producent van koffie, rundvlees en suikerriet ter wereld.
- **Aandeel economische sectoren in bbp (2011)**
 - landbouw, bosbouw en visserij: 6,4%
 - industrie: 23,7%
 - diensten: 69,9%
- **Belangrijkste exportbestemmingen (2011)**
 - China: 17,3%
 - VS: 10,1%
 - Argentinië: 8,9%
 - Nederland: 5,3%
 - Japan: 3,7%
- **Belangrijkste leveranciers (2011)**
 - VS: 15,1%
 - China: 14,5%
 - Argentinië: 7,5%
 - Duitsland: 6,7%
 - Zuid-Korea: 4,5%

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

Sterk naslagwerk



« Voedingsindustrie Argentinië: machines en uitrusting

Het FIT-kantoor in Buenos Aires maakte een sectorrapport over machines en uitrusting voor de voedingsindustrie in Argentinië.

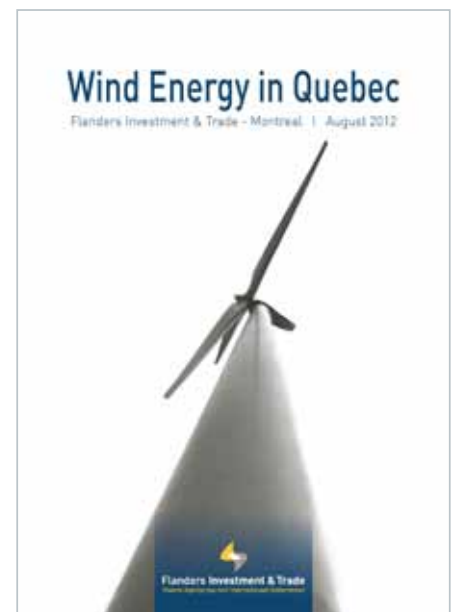


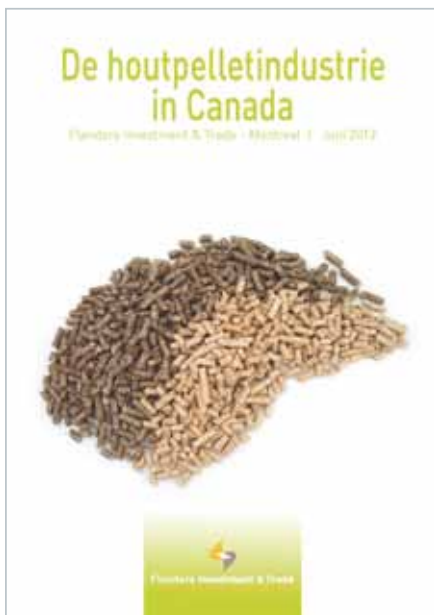
Bouwmaterialen in Frankrijk

De bouwsector is en blijft een cruciale motor voor economische groei in Frankrijk. Voor de periode 2012-2013 zien de vooruitzichten er somber uit, maar producenten van bouwmaterialen die inspelen op duurzaam en ecologisch bouwen, kunnen desondanks een groei verwachten. Frankrijk is een erg interessante markt voor Vlaamse exporteurs van bouwmaterialen. De keuze van de gepaste verdeler of van de juiste agent is van groot belang. In de studie vindt u naast lijsten met de grootste distributeurs van bouwmaterialen ook een hoofdstuk over de aanpak van de markt, de belangrijkste vakbeurzen, vakliteratuur en interessante websites.

Wind Energy in Quebec

Van 19 tot 21 maart 2013 is België gastland op AMERICANA, de vakbeurs rond milieu en hernieuwbare energie in het Canadese Montréal. Daarvoor heeft ons plaatselijke kantoor een studie gemaakt over windenergie in Québec. Verschillende thema's komen ter sprake. Zo krijgt u, naast een overzicht van de sector en de projecten in Québec, ook inzicht in de rol die Hydro Québec speelt en in zijn tendersysteem. Verder worden ook de gigantische opportuniteiten in het kader van het Plan Nord voorgesteld. De studie sluit af met een lijst van de belangrijkste ontwikkelaars, producenten van componenten, dienstverlenende bedrijven en R&D-centra in Québec.





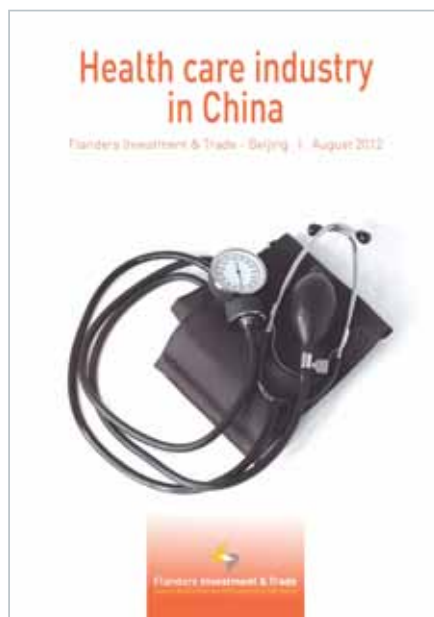
De houtpelletindustrie in Canada

Deze marktstudie brengt de Canadese houtpelletindustrie in kaart. In deze paper leest u belangrijke informatie over deze industrie in Canada. Bovendien krijgt u ook de contactgegevens van de belangrijkste Canadese producenten van houtpellets.

Smart grids China



Onze technologieattaché in Peking maakte een update van de studie Smart Grids in China. Daarin worden de ambities en ontwikkelingen rond smart grid-systemen in China onderzocht. Onderwerpen zoals elektrische wagens, slimme elektriciteitsmeters, energieopslag en standaarden komen uitgebreid aan bod.



Health care industry in China

Een kort overzicht van de plannen van de Chinese overheid voor de gezondheidssector, met een focus op de marktopportunities en vereisten voor medical devices.

Noorse olie- en gasindustrie



Noorwegen is 's werelds zevende belangrijkste olie-uitvoerder en de veertiende belangrijkste olieproducent. Wat gas betreft, bekleedt het land als uitvoerder een tweede plaats en als producent een zesde plaats op de wereldranglijst. Naar aanleiding van de beurs Offshore Northern Seas 2012 in Stavanger – waar FIT een groepsstand organiseert – heeft ons kantoor in Oslo een update gemaakt van de studie 'Noorse olie- en gassector'.



Renewable Energy in Croatia

Ondanks de moeilijke economische omstandigheden en een aantal structurele problemen, heeft Kroatië de afgelopen jaren aardig wat vooruitgang geboekt op het vlak van hernieuwbare energie. Verwacht wordt dat de sector een extra duwtje in de rug krijgt dankzij de nakende EU-toetreding (juli 2013). Vooral op het gebied van wind- en zonne-energie zijn er nog heel wat mogelijkheden. Deze studie geeft u een uitgebreid overzicht van de Kroatische (hernieuwbare) energiemarkt, de belangrijkste spelers en overheidsprogramma's.



Download deze marktstudies op
www.flandersinvestmentandtrade.be.

Olievlek of sprinkler: heeft u al een export- model gekozen?



Vlaanderen is een exportregio bij uitstek. Wereldwijd doen slechts een aantal regio's beter. Onze hele economie steunt op export. Daarom neemt FIT zijn missie om Vlaamse ondernemers te stimuleren in hun internationaliseringsproces bloedserieus. Ook Isabelle Callens, directeur van het departement economie bij het VBO, benadrukte onlangs nog uitdrukkelijk dat bedrijven moeten internationaliseren en groei realiseren waar opportunititeiten zijn. Makkelijker gezegd dan gedaan? Wereldwijd vroeg advies aan een aantal ervaringsdeskundigen.

Jan Coppens van onderzoeksinstituut IBBT en ondernemers Liesbeth Schwartz (HTMS) en Walter Van de Weyer (EconCore) zaten met ons rond de tafel. Ze vertelden vanuit hun ervaring over kiezen voor export naar veilige buurlanden of naar beloftevolle groei-markten ver weg. Volgen bedrijven het olievelkprincipe: eerst een stevige basis uitbouwen in de buurlanden en dan stapsgewijs hun exportterrein uitbreiden? Of wagen ze beter meteen hun kans in verre groeilanden, volgens het sprinklermodel?

Liesbeth Schwartz (HTMS): "Verder dan de buurlanden had ons bedrijf met slechts twee medewerkers praktisch niet kunnen dragen, hoe groot ook het potentieel in verre groeilanden."

Allereerst, waarom is internationaliseren zo belangrijk voor bedrijven?

Liesbeth Schwartz: "Onze thuismarkt is veel te klein om groei te blijven verzekeren. Zeker als nichespeler word je vrijwel gedwongen om naar het buitenland te trekken."

Jan Coppens: "Klopt. Daarnaast worden bedrijven – ook kmo's – in onze globaliserende economie steeds meer geconfronteerd met internationale concu-

rentie. Zo moeten ze wel een rol spelen in de internationale markten. Uit tal van onderzoeken blijkt bovendien dat kmo's die internationaal actief zijn, sneller groeien dan ondernemingen die lokaal blijven opereren. Die groei uit zich in een stijgende werkgelegenheid, toegevoegde waarde en arbeidsproductiviteit."

Bestaat er een 'beste' export-start?

Jan Coppens: "Internationalisering is geen geïsoleerde bedrijfsactiviteit, maar moet onderdeel vormen van een strategisch groeiplan. Best definieer je de doelmarkten op basis van waar zich het meest potentiële klanten, partners en investeerders bevinden. Desk research, marktprospectie en gesprekken met organisaties als FIT en IBBT, kunnen je al een pak wijzer maken."

Jan Coppens (IBBT): "Internationalisering moet onderdeel vormen van de groeistrategie."

Liesbeth Schwartz: "Wij hebben export onmiddellijk opgenomen in ons businessplan, bij de oprichting. Onze strategie liep over vijf jaar. Prioritair was onze marktintroductie. Daarbij kozen we voor België, Nederland, Duitsland, Frankrijk en het VK. Onze marktlancering in het buitenland viel ongeveer samen met die in eigen land. Omdat het jaren duurt vooraleer je beschikt over de juiste kwalificaties om voor de lucht-

en ruimtevaart te werken, hebben we ons eerst gericht op de industriële toepassingen. Wachten was geen optie, we moesten omzet halen. Na één jaar wilden we break-even draaien en dat is gelukt."

Walter Van de Weyer (EconCore): "Binnen elk van onze markten is er nog veel ruimte voor groei."

Walter Van de Weyer: "Ook wij zagen van bij onze start in 2005 een internationaal werkterrein. Omdat onze technologie multi-inzetbaar is, kampten we met het luxeprobleem dat we in vele markten terecht konden. Frappant was dat de zogezegde 'moeilijke bestemmingen' voor ons makkelijk betreedbaar waren en de grootste slaagkansen boden. Dat komt omdat we altijd een rechttoe rechtaan boodschap uitdragen waardoor onze klanten – onafhankelijk van het verschil in cultuur en afstand – de meerwaarde van onze innovatieve technologie vatten. Onze eerste exportstap hebben we eerder toevallig gezet in Japan, een markt die voor buitenlandse ondernemers gewoonlijk zeer gesloten is. Ondertussen hebben we dankzij voldoende financiële ademruimte een demobedrijf opgericht in het voormalige Oost-Duitsland, weliswaar met sponsoring van de Duitse overheid die de slaagkansen van de integratie tussen Oost en West wou verbeteren."

Was de bedrijfsstructuur van bij het begin al gericht op export?

Walter Van de Weyer: “Om onze R&D-ontwikkeling in het buitenland aan de man te brengen, was het vooral belangrijk dat we een verkoopbaar product hadden en daarbij onze intellectuele-eigendomsrechten goed beschermden. Als spin-off van de KU Leuven genoten we uiteraard mee van de ervaring en het netwerk van de universiteit. Eerst hebben we, naast onze technologie-afdeling, een verkooporganisatie op touw gezet. Klanten krijgen advies om, met de juiste machinebouwer, een productielijn op te zetten waarmee ze met onze licentie plastic honingraatpanelen kunnen produceren. De klanten voegen zelf een finale afwerkingslaag toe. Onze meerwaarde zit in het kostprijsvoordeel dat inherent verbonden is aan onze gepatenteerde productiewijze, waarmee klanten producten maken die kwalitatief vergelijkbaar of beter zijn dan concurrerende producten, maar een lager prijskaartje hebben. Dat kostprijsvoordeel stijgt dus evenredig mee met de productie en de verkoop. Hoe groter het afzetgebied van de klant, hoe groter het comparatief voordeel. In die zin zijn voor ons grote (groei)markten interessanter dan kleine, afgeschermden markten zoals die van onze buurlanden. Om ons klantenpotentieel optimaal te benutten, zijn we nu verder onze verkooporganisatie aan het professionaliseren met een aparte marketingcel.”

Walter Van de Weyer (EconCore): “De zogezegde ‘moeilijke bestemmingen’ waren voor ons het gemakkelijkst betreedbaar en boden de grootste slaagkansen.”

Liesbeth Schwartz: “Aanvankelijk telde HTMS maar twee medewerkers. Daarom hadden we strategisch vastgelegd dat in de eerste vijf jaar alleen export naar de buurlanden in aanmerking kwam. Verder weg had ons bedrijf praktisch niet kunnen dragen, hoe groot ook het potentieel in verre groeilanden. Na die vijf jaar gingen we in elk buurland op zoek naar distributeurs die ons bedrijf samen met ons konden uitbouwen. Van bij het begin hebben we daarvoor veel steun van FIT gevraagd en gekregen.

Toch bleek het niet eenvoudig om goede partners te vinden. Genoeg kandidaten die een monopoliepositie wilden, maar niemand kende de markt voor onze erg complexe producten. Daarom beslisten we om alles in eigen handen te houden. Uiteraard hebben we ondertussen aparte afdelingen voor verkoop, marketing, aankoop enzovoort. Ons medewerkersbestand is in 12 jaar gegroeid van 2 naar 31. In elke exportbestemming bouwen we eerst zelf een stevige basis en structuur uit, waarna een eigen medewerker het roer overneemt.

Toen we in 2000 HTMS oprichtten, bestond een instrument als de Exportmeter van FIT – die meet hoe exportrijp je bedrijf is – nog niet. Maar we waren wel een van de eersten die de Exportmeter twee jaar later lieten afnemen. We scoorden daarop erg hoog. Dat hadden we vooral te danken aan onze inspanningen om vrij snel het ISO 9001-certificaat te behalen. Beantwoorden aan deze internationale norm voor kwaliteitsmanagement was een bewuste keuze, om van bij het begin met de juiste werkmethodes en structuren te kunnen werken. Voorts hielpen de aanbevelingen van de Exportmeter om onze bedrijfsstructuur nog beter af te stemmen op export.”

Jan Coppens: “In onze globaliserende economie worden kmo’s steeds meer geconfronteerd met internationale concurrentie. Zo moeten ze wel een rol spelen in de internationale markten.”

Hoe evolueert het exportverhaal verder?

Liesbeth Schwartz: “Omdat we van bij het prille begin onze pijlen op veel landen hadden gericht, groeide onze naam-bekendheid erg snel. Na enkele jaren werkten we ook voor de lucht- en ruimtevaart, offshore olie- en gasindustrie en nucleaire onderzoekscentra. Zo zijn we de gekwalificeerde leverancier van het Franse Snecma, motorenbouwer van de Ariane-raket en Airbus. Prijzen als de Award Best Practice in Manufacturing 2005 en de Supplier Performance Award 2012 geven onze reputatie een flinke duw in de rug. Dat schept opnieuw opportuniteiten.

Momenteel zijn we nog altijd vooral actief in Europa. De VS laten we bewust links liggen. Onze twee concurrenten zijn Amerikaans en we blijven uit hun vaarwater. Bovendien grenst de beroepsaansprakelijkheid er aan het onmogelijke. We moeten bij wijze van spreken op onze metalen dichtingen noteren dat ze niet geschikt zijn voor voeding. Daar beginnen we niet aan. In de afgelopen twee jaar hebben we wel erg intensief de Indiase markt verkend.

Liesbeth Schwartz (HTMS): “In elke exportbestemming bouwen we eerst zelf een stevige basis en structuur uit, waarna een eigen medewerker het roer overneemt.”

India heeft immers de snelst groeiende lucht- en ruimtevaartindustrie ter wereld en ook de nucleaire sector bloeit er. Via onze deelname aan de prinselijke missie in 2010 en regelmatige contacten met de handelssecretaris van FIT in Bangalore kwam onze Indiase aanwezigheid van de grond. Die is er nu concreet in de vorm van een joint venture. Het heeft even geduurd voor we hiervoor de geschikte lokale partner hadden gevonden, met de juiste mentaliteit en capaciteiten, maar dat zit nu wel snor. De volgende twee jaar mikken we ook op Japan, een markt met bijzonder veel potentieel.”

Walter Van de Weyer: “Onze ambities reiken wereldwijd. Naast Azië, zijn we ondertussen actief in veel Europese landen en de VS. Binnen elke markt is er nog veel ruimte voor groei. In onze contracten staat duidelijk en strikt afgebakend tegen welke voorwaarden de klant onze technologie kan gebruiken. Dat gaat van beperkingen in regio over het type composiet tot het type eindproduct en de toepassing ervan. Zo garanderen we onze klanten een exclusief gebruik, binnen de contouren van het contract. Door dat zo grondig contractueel vast te leggen, kunnen we ook andere klanten binnen dezelfde markt bedienen en overlapping vermijden. Met een subsidie van het Agentschap Ondernemen hebben we een kennismanager aangeworven om ons internationaliseringsverhaal verder te boosten.”

Twee verschillende exportmodellen, twee succesverhalen. Welke piste volgen de meeste Vlaamse bedrijven?

Jan Coppens: "Automatisch is er de reflex om naar de buurlanden te trekken. Dat is immers bekend terrein, de stap is letterlijk minder groot. De cultuur en mentaliteit voelen vertrouwd aan, en de inzet van mensen en middelen is relatief beperkt. Vorig jaar bleef 70% van de Vlaamse export binnen de EU, met Duitsland, Frankrijk en Nederland als onze top 3. Toch moeten Vlaamse ondernemers verder durven te kijken. Volgens het Trade & Investment Barriers Report 2011 van de Europese Commissie zal tegen 2015 90% van de groei in de wereld buiten Eu-

ropa plaatsvinden. De risico's van ondernemen in verre oorden zijn groter – een vreemde cultuur, schending van intellectuele-eigendomsrechten, moeilijker om betalingen op te volgen, frequenter voorkomen van handelsbelemmeringen – maar het zakelijke potentieel is ook groter.

De hele wereld is een potentiële markt. Zeker in ICT. Neem bijvoorbeeld de opkomst van de App Store, één distributiekanaal naar de hele wereld. Eigenlijk zou geografie geen beslissende rol mogen spelen in het internationaliseringsproces. Richt je inspanningen op die markten waar je klanten zitten."

Zet deze conversatie verder op LinkedIn

Hopelijk is dit gesprek slechts een aanzet. Heeft u zelf ervaring met eerste exportstappen die beter of minder goed zijn afgelopen? Of zoekt u advies en tips van collega-ondernemers? Dan nodigen we u uit om verder te praten op onze LinkedIn-groep, op basis van een rake stelling uit Turbulentie. Laat uw stem horen!

LinkedIn

Ons panel



Jan Coppens
(IBBT)

Jan Coppens, doctor in de Ingenieurswetenschappen, leidde na zijn opleiding verschillende onderzoeksprojecten bij Alcatel-Lucent Bell Labs. In 2008 vervoegde hij het Business Technology Office van McKinsey & Company als management consultant. Sinds 2011 is hij actief binnen het Incubation & Business Acceleration team van IBBT, waar hij verantwoordelijk is voor kmo-acceleratie en internationaliseringsprogramma's. Het IBBT beschikt over kantoren in Silicon Valley en Singapore om Vlaamse ICT-bedrijven ter plaatse te ondersteunen.

www.ibbt.be



Liesbeth Schwartz
(HTMS)

Liesbeth Schwartz is co-founder van en QA Manager & Key Account Manager bij High Tech Metal Seals (HTMS). Het Mechelse bedrijf ontwikkelt en produceert hoogwaardige metalen afdichtingen voor gebruik in bijzonder extreme omstandigheden. HTMS werkt voor de olie- en gasindustrie, nucleaire onderzoekscentra, petrochemie en de lucht- en ruimtevaart. Winnaar van de Supplier Performance Award 2012, uitgereikt door Snecma.

www.htms.be



Walter Van de Weyer

(EconCore) Walter Van de Weyer is sinds 2010 CFO bij EconCore, wereldspeler in thermoplastische honingraatstructuren. Het lichte en energiezuinig materiaal wordt gebruikt in tal van toepassingen zoals herbruikbare verpakkingen, maar ook in de auto-industrie en in de bouwsector. Hij begon zijn carrière bij Schindler en werkte onder meer als F&A Manager bij Vlemincx Sauzen en Finance Director bij Xtenso nv, voor hij bij EconCore aan de slag ging.

www.econcore.com



De wereld vanuit een Fisheye- perspectief

Jong Gents bedrijf
laat Wereldwijs binnenkijken

Op festivals, publieke plaatsen, tijdens bedrijfsevenementen... Overal communiceren we steeds meer via beelden – op gigantische videowalls, via smartphones, websites, interactieve installaties, noem maar op. Die visuele evolutie is op maat gesneden van het Vlaamse Fisheye, dat content maakt en integreert. Het jonge bedrijf ontwerpt mediagerelateerde ruimtes, animeert oppervlaktes en bouwt complexe technische systemen.

Achter een garagepoort in een Gentse woonbuurt schuilt onvermoed het complex van kantoren, ateliers en een 2.000 m² groot magazijn van Fisheye. Vanuit dit moderne gebouw timmert deze starter aan zijn internationale parcours. Karla Laheye, bij FIT de Adviseur Internationaal Ondernemen van het provinciaal kantoor Oost-Vlaanderen, sprak met Wim Forceville, een van de stichters en zaakvoerders.

Tip!

Leve het internet.
Laat de wereld uw projecten zien.

Visual collective

Wim Forceville: “In 2003 hebben Kris Goubert en ik Fisheye opgericht. Toen was onze hoofdactiviteit vijf: visuels maken voor videoclippen, concerten en festivals. Ook de zakenwereld klopte bij ons aan voor bedrijfsfilms, motiongraphics enzovoort. Kris en ik zijn allebei fotograaf van opleiding en hebben dus een technisch-creatieve achtergrond. Steeds meer werden we gebeten door de techniek. Door veel en goed samen te werken, leerden we Stijn Slabbinck en Kristof Patry kennen. Stijn is een multi-mediaspecialist en weet alles over robotica, Kristof is designer en weet perfect hoe je een productieproces in elkaar zet. In 2005 stapten ook zij in de zaak.”

Structuur onder één dak

Karla Laheye: “Vier zaakvoerders, zorgt dat niet voor verwarring?”

Wim Forceville: “Omdat onze specialisaties zo complementair zijn, lukt dat moeiteloos. In het begin waren onze kantoren, ateliers en magazijn gevestigd op drie verschillende locaties. Onze prioriteit was om alles onder een dak te brengen, zodat we maximaal voordeel konden halen uit onze kruisbestuiving. Dat kan perfect in ons huidige pand, waar vandaag vijftien medewerkers samenwerken.”

Gedreven door technologie

Karla Laheye: “Onder de paraplu Fisheye gaan veel uiteenlopende activiteiten schuil. Hoe zijn die opgedeeld?”

Wim Forceville: “Grosso modo hebben we drie overkoepelende afdelingen.

Met de afdeling interactief concept en design bedenken en ontwerpen we interactieve installaties voor onder meer musea, showrooms van bedrijven en tv-studio's. Daarnaast verzorgen we met onze afdeling technische engineering ook de uitvoering ervan. Tot slot hebben we onze afdeling content waarmee we scenario's schrijven en verfilmen voor bedrijfsfilms, commercials en 3D-visualisaties. Los van deze kernactiviteiten verdelen we onder meer een Koreaans merk van hoogkwalitatieve lcd-schermen zonder randen, en distribueren en verkopen we een Fins merk van mediaservers die 24 HD-streams gelijktijdig kunnen afspelen.”

“Dat we overal enthousiast ‘ja’ op zouden willen zeggen, is tegelijk onze grootste sterkte en zwakte.”

Vuurwerk

Karla Laheye: “Een laserobject bouwen voor Arne Quinze in Sjanghai, de ‘Talking Tree’ voor Siemens in Duitsland ontwerpen en bouwen, een opleidingsfilm maken voor en vertonen aan cacaoboeren in Ivoorkust voor Barry Callebaut, een media- en designstudio ontwerpen voor een Iraanse tv-studio ... Fisheye laat zich niet in één vakje stoppen. Gaan jullie op elke aanvraag in?”

Wim Forceville: “Dat we overal enthousiast ja op zouden willen antwoorden, is tegelijk onze grootste sterkte en zwakte. We noemen het zelf ‘vuurwerk’. Toch moeten we ook regelmatig nee zeggen. Zo verhuurden we in onze beginjaren ons materiaal om kosten te recupereren.

Toen een grote audiovisuele onderneming ons voorstelde om samen een verhuurbedrijf op te richten, hebben we daarvoor vriendelijk bedankt. Ook het bouwen van websites hebben we onderweg afgestoten. Maar uitdagingen – en zeker in het buitenland, omdat de eigen markt te klein is – gaan we graag aan.”

“In alles wat we doen, combineren we creativiteit met technologie.”

Beeld en tuig

Karla Laheye: “Fisheye ontwikkelt, bouwt en verkoopt ook telegeleide helikopters. Hoe is dat gekomen?”

Wim Forceville: “Het is een mooi voorbeeld van hoe we technologie en creativiteit combineren. In 2006 ontmoetten we een helikopterpiloot. Meteen dachten we aan een camera onder de helikopter om cinemabeelden te filmen. We geloofden in het potentieel van een onbemande helikoptercamera op afstandsbediening en investeerden in onderzoek en materiaal. Een benzinemotor veroorzaakt trillingen, en dat moesten we zien weg te werken. Omdat we geen oplossing vonden, staakten we onze pogingen, maar het idee bleef sluimeren.

Toen Kurt Govaerts aan boord van het bedrijf kwam, stonden enkele technologieën al verder: sterkere batterijen, lichtere microprocessors en stabielere gyroscopen. We hebben toen opnieuw stevig geïnvesteerd. Begin 2011 zijn we gestart met bouwen, dan testen en in september was het eerste toestel marktwaardig. Onze klanten komen voornamelijk uit de filmindustrie, maar ook de industriële sector. Met onze toestellen kan je immers snel en efficiënt beelden maken voor 3D-modellen maken van grote infrastructuurwerken zoals havens, sluisen, windmolens ... Daarvoor werken we samen met het Gentse Pauwels Consulting, dat de data analyseert. Alles wat met onze helikoptercamera's te maken heeft, bundelen we onder de naam Coptermotion. Daarnaast verdelen we de Huginn X1, een inspectiedrone voor politie, leger en brandweer.

“Via internationale beursdeelnames tonen we de wereld wat we in huis hebben.”



Boven: de make-over van de NOS-studio is door Fisheye in goede banen geleid.

Internationaal verkoop via lokale partners

Karla Laheye: "Ook het buitenland is vragende partij?"

Wim Forceville: "Klopt. Via onze deelname aan beurzen zoals ISE in Amsterdam, de belangrijkste technologische beurzen in Europa – vaak met financiële steun van FIT – tonen we de wereld wat we in huis hebben. Ook posten we veel op internet, spreken we productiehuisen aan en gaan we op prospectie. Aanvankelijk wilden we Coptermotion eigenhandig aan de man brengen in het buitenland, maar door de technische complexiteit van het product en de

Tip!
Laat u niet beperken door een technologie. Pas die aan naar uw behoeften.

"Door de technische complexiteit van ons product en de bijbehorende opleiding zoeken we in het buitenland een lokale salespartner."

bijbehorende opleiding, moet je iemand ter plaatse hebben. Daarom zijn we nu volop op zoek naar lokale salespartners met een grondige technische filmbagage. Eenmaal het contract getekend is, volgt een intensieve opleiding van drie dagen. Momenteel hebben we vijf salespartners: in Nederland, Frankrijk, het VK, Denemarken en Ecuador. Brazilië, Turkije en Peru zitten in de pijplijn."

Focusmarkten

Karla Laheye: "Zijn die markten organisch gegroeid of zit daar een strategie achter?"

Wim Forceville: "Onze focus ligt op Europa en Zuid-Amerika. Sowieso is Zuid-Amerika een boemende markt, zeker voor film. Ze leveren uitstekend creatief en technisch werk, voor een lager budget. Bovendien heerst er een fantastisch klimaat. Veel tv-spotjes worden bijvoorbeeld opgenomen in Argentinië, ook al speelt het zich af in een typisch Vlaamse straat. Binnenkort staat een uitgebreide prospectiereis in Zuid-Amerika op onze agenda en in november zijn we uitgenodigd op een congres in Brussel waaraan tachtig grote Zuid-

Amerikaanse bedrijven deelnemen. Hopelijk leveren beide acties nieuwe prospects op.

Noord-Amerika is dan weer geen markt voor ons. De wetgeving rond drones is er streng aan banden gelegd en laat geen ruimte voor andere spelers dan het Amerikaanse leger. Onze plannen voor China zetten we voorlopig in de koelkast, omdat ik het gevoel heb dat ze daar alleen onze technologie willen overnemen."

Europa loopt op kop

Karla Laheye: "Coptermotion kent wereldwijd een vijftal concurrenten, in Nederland, Duitsland, Denemarken en Australië. In twee van die landen hebben jullie salespartners. Worden jullie producten en diensten daar meer gevraagd?"

Wim Forceville: "Europa speelt een voortrekkersrol in UAV-technologie (Unmanned Aerial Vehicle). Alle innovaties komen uit onze hoek, vooral dankzij onze universiteiten. Zo zijn we nu samen met de VUB, Howest en Groep T een nieuwe innovatieve controller aan het ontwerpen. De toepassingsmogelijkheden en innovatieve oplossingen zijn beter gekend in Europa en dat zwengelt de vraag aan."

Innige band met Gent

Karla Laheye: "Tot slot, Fisheye doet alles, van de eerste lijn die wordt getekend tot de laatste schroef die wordt ingedraaid. Is het niet goedkoper om productie uit te besteden in een lagelonenland?"

Wim Forceville: "Voor ons is dat geen optie. We hebben het overwogen toen we voor de make-over van de NOS tv-studio twee kilometer ledverlichting moesten solderen, maar dat idee hebben we snel laten varen. Onze producten zijn veelal erg technisch en we moeten dichtbij zijn, om de beste creatieve opvolging te verzekeren. Gent blijft onze uitvalsbasis, iedereen bij Fisheye woont en werkt hier graag."



→ ID

- **Bedrijf:** Fisheye
- **Sector:** audiovisueel
- **Omzet in 2011:** ± 1,7 miljoen euro; in 2012 wordt het dubbele verwacht
- **% van omzet 2011 gerealiseerd in het buitenland:** ruim 50%
- **Salespartners in:** Nederland, Duitsland, het VK, Denemarken en Ecuador
- **Aantal Coptermotion-toestellen verkocht:** 40
- **Klanten in:** 30 landen
- **Hoofdkwartier:** Gent
- **Aantal medewerkers:** 15

🔗 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.

Focus

op het Actieprogramma 2013

Bij deze Wereldwijs vindt u het Actieprogramma 2013. Daarin vindt u onze activiteiten voor volgend jaar, overzichtelijk geordend per regio en per sector. Neem een kijkje en duid alvast de acties aan waarmee u uw exportambities kan versterken.





Boven: Pascal Walrave en Dirk Van Steerteghem.

De FIT-acties hebben maar één doel: u optimaal begeleiden en ondersteunen bij de uitbouw van uw business in het buitenland. Dat doen we niet alleen met buitenlandse beursdeelnames en groepszakenreizen met een afsprakenprogramma op maat, maar ook met uitnodigingen van buitenlandse inkopers en seminars.

Hoe komt het actieprogramma tot stand?

“Het Actieprogramma richt zich op de 25 focuslanden waar we tot 2015 rond werken”, verduidelijkt Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationaal Ondernemen. “Dat zijn uiteraard de belangrijke Europese afzetmarkten, maar ook de groeilanden in Centraal- en Oost-Europa, Latijns-Amerika, het Midden-Oosten en Azië. Onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers treffen daar immers een brede waaier aan opportuniteiten aan voor Vlaamse ondernemers. Tijdens de jaarlijkse consultatieronde met de sectorfederaties en bedrijfsgroeperingen toetst FIT die mogelijkheden af aan de interesses van het Vlaamse bedrijfsleven. Het eindresultaat is een uitgebalanceerd pakket initiatieven, gericht op meerdere sectoren en regio’s.”

Wat staat er op het programma?

In 2013 plannen we een twintigtal al dan niet sectorale groepszakenreizen naar uiteenlopende bestemmingen: Oostenrijk, Roemenië, Oekraïne, de hoofdzetel van de EBRD in het VK, Turkije, Koeweit en Qatar, de VAE en Oman, Mexico en Colombia, China, Ivoorkust, Kenia en Tanzania. Daarnaast organiseren we samen met de andere gewesten ook vier prinselijke handelsmissies naar Thailand, de westkust van de VS, Zuid-Afrika gecombineerd met Angola, en India.

We tekenen wereldwijd present op een vijfenvijftigtal belangrijke vakbeurzen. Naast vaste waarden als Anuga, de Paris Airshow, Mobile World Congress, PLMA, VIV Asia, Big 5, Domotex Asia/Chinafloor en TransRussia vindt u in ons Actieprogramma 2013 ook een aantal nieuwe initiatieven zoals Hospitalar, Project Qatar en Food & Hotel China.

Deelnemen aan een buitenlandse vakbeurs is een uitzonderlijke marketingopportunity voor een Vlaamse kmo. Afdelingshoofd Marketing & Kennisbeheer Pascal Walrave: “Deelnemen aan een door FIT georganiseerde stand biedt heel wat voordelen. Bedrijven betalen niet alleen minder dan wanneer ze op individuele basis meedoen, wij nemen ook de administratieve en logistieke ondersteuning voor onze rekening. Op die manier kunnen de bedrijven al hun aandacht toespitsen op commerciële activiteiten”.

FIT nodigt ook inkopers en decision makers naar Vlaanderen uit. De succesgraad ligt hoog, omdat de buitenlandse onderneming vooraf die Vlaamse bedrijven selecteert waarmee ze in contact wil komen. We bieden de Vlaamse kmo’s een kader waarin ze, met een minimale inspanning en in alle discretie, hun producten en diensten kunnen voorstellen.

Azië voor beginners

Een speciale vermelding verdient onze ‘Azië voor beginners’-zending, in samenwerking met UNIZO Internationaal. Het is een groepszakenreis naar Singapore en Hongkong, twee steden die in de regio een belangrijke hubfunctie vervullen. ‘Azië voor beginners’ richt zich op bedrijven die al dicht bij huis exportervaring hebben opgebouwd en nu de stap willen zetten naar Azië. De zakenreis staat niet op zichzelf, want we voorzien ook een voortraject met een algemene infosessie en een workshop. Na de reis is een uitgebreide debriefing ingepland. Tot slot kunnen de deelnemers rekenen op individuele begeleiding door onze Adviseurs Internationaal Ondernemen, zowel voor als na de zending.

Aandacht voor creatieve sectoren

We hebben ook oog voor onze creatieve sectoren. FIT organiseert in samenwerking met boek.be voor de derde keer een groepsstand op de Frankfurter Buchmesse. Tijdens de internationale designweek van Milaan tekenen we present, samen met Design Vlaanderen en de andere gewesten. Een bijzondere actie waarop we zwaar inzetten is de ‘Business of Design Week’ in Hongkong. Na een eerste voorzichtige verkenning tijdens de editie 2011 en een groepszakenreis in 2012, willen de drie gewesten gezamenlijk onder de vlag ‘Belgium is Design’ onze creatieve sectoren ook in Azië op de kaart zetten.

Dicht bij huis

Ook in Vlaanderen zijn we het hele jaar door in de weer met initiatieven om bedrijven te helpen bij hun internationaliseringsproces. Zo bieden we u op seminars actuele markt- en sectorinformatie, geven we uitleg over zakendoen met internationale financiële instellingen en zoeken we boeiende praktijkgetuigenissen van collega-bedrijven. Kortom, unieke kansen om te netwerken en internationale projecten te bespreken.



- ① Het Actieprogramma 2013 is een dynamisch gegeven. Dat betekent dat FIT inspeelt op nieuwe opportuniteiten, maar ook dat een actie – meestal door externe factoren – soms niet doorgaat. U neemt dus best geregeld een kijkje op onze website. 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 wilt missen, kan u uw belangstelling melden bij de projectverantwoordelijke die bij de actie vermeld staat.



Voor innovatieve technologiebedrijven is Silicon Valley nog altijd het neusje van de zalm. Het is de thuisbasis van meer dan 8.000 hightechbedrijven, waarvan de meeste gefinancierd zijn met durfkapitaal. Daarom trok FIT eind juni met 31 Vlaamse ICT-nichespelers naar het epicentrum van de hightechinnovatie.

Silicon Valley: waar dromen uitkomen

Vijf dagen lang bezochten de Vlaamse deelnemers alle hotspots van Silicon Valley: Palo Alto, San Francisco, Redwood City, San José en Sunnyvale. Daar gaven ronkende namen als eBay, PayPal, Oracle, Vodafone en Adobe de Vlaamse delegatie een verhelderende inkijk. R&D-activiteiten, toekomstvisies en hun manieren om in te spelen op consumenten die steeds veeleisender worden op technologisch vlak; het kwam allemaal aan bod.

Waaier van activiteiten

Het groepsprogramma was zodanig opgesteld dat ondernemers met uiteenlopende activiteiten zich erin konden vinden. Zo ontving Stanford Car Labs, een afdeling van de befaamde Stanford University, de Vlaamse delegatie. Ze kreeg een stand van zaken over CARS, het interdisciplinaire automobieliindustrieprogramma van de universiteit. Naast de vele bedrijfsmeetings, individuele b2b-

afspraken, de netwerkreceptie en andere informele gesprekken, was ook dat bezoek een mogelijk begin van een nieuw zakelijk avontuur in Silicon Valley.

Steun aan jong talent

Start-up incubators ondersteunen startende bedrijven om uit te groeien tot een gezonde, goed draaiende onderneming. De Vlaamse delegatie woonde inspirerende uiteenzettingen bij van de start-up

incubators RocketSpace in San Francisco en Plug and Play Tech Center in Sunnyvale. Zo kregen ze zicht op de wereld van venture capitalists (VC) – professionele kopers van aandelen in niet-beursgenoteerde bedrijven, met fondsen waarin derden beleggen – en business angels of particulieren die eigen geld investeren.

Snelle, goedkope en zekere start

FIT erkent dienstencentra op toplocaties in het businesshart van buitenlandse groeimarkten, waar Vlaamse bedrijven tijdelijk hun intrek kunnen nemen. Deze dienstencentra zorgen voor een instapklaar kantoor met alle nodige faciliteiten. Bovendien draagt FIT bij tot maximaal 50% in de kosten van het gebruik van het dienstencentrum. Bij de incubator Plug and Play Tech Center in Sunnyvale beschikt FIT over een dienstencentrum om Vlaamse hoogtechnologische bedrijven een totaaloplossing te bieden voor hun eerste aanwezigheid in Silicon Valley.

Voor Jos Claes, zaakvoerder van Zima-

gine, is deze oplossing zeker een optie. "Zimagine is een softwarehuis voor marketingafdelingen van grote organisaties", vertelt hij. "De VS is een van de grootste markten. We hebben er al verschillende klanten en krijgen veel aanvragen uit de VS, maar om dat optimaal uit te bouwen, is een lokale verankering nodig. Dat boezemt meer vertrouwen in. Een intrek in het Plug and Play Tech Center kan een uitstekende aanzet zijn. Ik ben naar Silicon Valley getrokken met drie doelstellingen. Ten eerste: ons resellerpartner-netwerk uitbreiden; ten tweede de relatie met onze bestaande partners versterken. Tot slot wilden we de wereld van VC's beter leren kennen."

Vorig jaar ondernam Jos Claes op eigen houtje een prospectiereis naar New York, Boston, Montréal en Toronto. "Interessant, maar deze missie met FIT verliep stukken efficiënter. Ik heb meetings gehad met enkele wereldspelers en bovendien gepitcht bij Adobe. Hun visie op start-ups is helemaal anders. Het verschil in ondernemerschap in Vlaanderen

en in Silicon Valley was een openbaring. Terwijl het bij ons vaker ieder voor zich is, heerst daar een sfeer van open samenwerking. Heel stimulerend werkt dat. We zijn op alle fronten tevreden teruggekeerd. Vooral de kennismaking met het netwerk van VC's en business angels was enorm boeiend. Nu moeten we zelf zo veel mogelijk pitchen tijdens onze zoektocht naar een business angel. Want om Zimagine verder te laten groeien, zijn eigen middelen niet langer voldoende."

Graag op speeddate met VC's

ADAM Software, leverancier van software die het beheer, de conversie en distributie van crossmediale bestanden en processen stuurt, was ook een van de Vlaamse deelnemers. In de VS heeft het bedrijf al een vrij belangrijke footprint. "Tijdens de voorbije twee jaar zijn we met meer dan 100% gegroeid dankzij onze activiteiten in de VS", vertelt CEO Pieter Casneuf. "Het intensieve programma, waarbij massaal veel contacten in Silicon Valley stonden ingepland, sprak me onmiddellijk aan. Mijn verwachtingen zijn absoluut ingelost: ik mocht pitchen bij eBay en PayPal, de meetings bij Sprint en Vodafone leverden onverwachte inzichten op en ik kon uitstekende relaties opbouwen met de andere Vlaamse deelnemers."

Vertaalde zich dat in concrete resultaten? "Ik bekijk een missie niet in termen van 'Ik heb x euro geïnvesteerd, dus wil ik daar y aantal leads aan overhouden. Tijdens dergelijke zendingen neem je omgeving mee, leer je interessante mensen kennen, leg je de basis voor volgende acties enzovoort. Ik verwacht breedte, geen diepte. Daarvoor zijn een paar dagen onvoldoende", antwoordt Pieter Casneuf. "Persoonlijk had ik graag nog meer VC's gesproken, misschien via een speeddateformule, maar dat is dan weer eigen aan een groepsprogramma. Ik begrijp volkomen dat niet alle deelnemers op zoek zijn naar durfkapitaal."

**100 HOURS
IN THE VALLEY
JUNE 26-29, 2012
EXECUTIVE SUMMARIES**

Flanders Investment & Trade

❓ Meer weten over de dienstencentra erkend door FIT?

Op onze website www.flanders-investmentandtrade.be ontdekt u alle informatie.

❓ Zakelijke ondersteuning nodig in Silicon Valley?

Bespreek uw plannen met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Alle contactgegevens vindt u op www.flandersinvestmentandtrade.be.



Prinselijke missie **naar Japan** sterkt geloof in economisch herstel

Na de VS en China is Japan de grootste economische wereldmacht. Door de wereldwijde financiële en economische crisis ging de Japanse economie in 2008-2009 door een recessieperiode. In 2010 zat het land alweer stevig in het zadel met een groei van 4%. En toen sloeg het noodlot toe. Een aardbeving, tsunami en de daaropvolgende kernramp in Fukushima verwoestten in maart 2011 de oostkust. Vorig jaar was de wederopbouw prioriteit. In 2012 wordt opnieuw een groei van 2,7% verwacht.

Het geloof in het volledige herstel van Japan en de overtuiging dat Vlaamse ondernemers er nog altijd uitstekend zaken kunnen doen, zijn springlevend. Dat bewees de omvang van de delegatie die in juni met prins Filip naar het land van de rijzende zon trok om er mogelijkheden af te tasten, contracten te ondertekenen en zakenrelaties te versterken. Van de 289 Belgische deelnemers kwamen er ongeveer 100 uit Vlaanderen. Zij vertegenwoordigden samen 64 bedrijven, federaties, universiteiten en overheidsinstanties.

Kennismaking met nieuw Japans elan

Het grote aantal deelnemers, de helft meer dan bij de vorige prinselijke missie in 2005, verraste. Voordien waren immers twijfels te horen of dergelijke initiatieven niet beter in de emerging markets konden worden gepland. Biedt Japan – met zijn deflatie, torenhoge overheids-schulden en beschadigde schakels in de productieketen door de rampen van maart 2011 – wel mooie opportuniteiten aan buitenlandse ondernemers?

Het antwoord is volmondig ja. De hoge koers van de yen speelt in het voordeel van Vlaamse ondernemers met exportplannen naar Japan. Daarnaast heeft de Japanse overheid begrepen dat ze haar internationale handelsbetrekkingen meer open moet stellen. Tijdens de prinselijke missie werd dat in de verf gezet in de gesprekken tussen de officiële Belgische delegatie en de invloedrijke Japanse werkgeversorganisatie Keidanren. Prins Filip, minister van Buitenlandse Zaken Didier Reynders en VBO-voorzitter Pierre Alain De Smedt onderstreepten allemaal het belang van sterkere handelsbetrekkingen tussen beide landen. Laatstgenoemde drong bovendien aan op een concrete dialoog rond een vrij-handelsakkoord tussen de EU en Japan.

Perfekte timing

Vlaamse deelnemers kunnen bijdragen aan de heropbouw van Japan, met oplossingen op lange termijn. Een mooi voorbeeld is het Gentse Organic Waste Systems, dat vergistinginstallaties bouwt op basis van huishoudelijk afval en energiegewassen. Met het geproduceerde biogas kan elektriciteit worden geproduceerd. "Door de ramp in Fukushima zijn veel gewassen besmet met cesium en niet langer bruikbaar als voedsel. Dankzij onze technologie kunnen ze wel ingezet worden voor energieproductie. In die zin vond de prinselijke missie net op het juiste moment plaats, want vorig jaar ging alle aandacht naar noodoplossingen. Nu, meer dan een jaar na datum,



Boven: maar liefst dertien Vlaamse bedrijven, instanties en universiteiten ondertekenden een contract of Memorandum of Understanding met een Japanse partner.

zoekt men naar langetermijnoplossingen", vertelt Jan Smis, Dranco Product Manager bij Organic Waste Systems. "Ons bedrijf is al langer actief in Japan. We hebben een lokale partner voor de bouw van vergistinginstallaties. Deze prinselijke missie gaf ons een toegangspoor om onze technologie aan de Japanse overheid voor te stellen. Met de steun van FIT konden we afspraken maken met het Japanse ministerie van Landbouw. Binnenkort keren we terug om de gesprekken verder te zetten."

In het teken van de Vlaamse bio-wetenschappen

Vlaanderen geniet een wereldreputatie met zijn biofarmabedrijven en zijn aanbod voor klinisch onderzoek. Chemische en farmaceutische producten maken al jarenlang meer dan de helft uit van de Vlaamse export naar Japan. Daarom werd tijdens deze prinselijke missie sterk ingezet op chemie en life sciences. Naast de vele Vlaamse chemie- en farmabedrijven, waren ook FlandersBio, VIB en essenscia van de partij.

FIT organiseerde twee druk bijgewoonde seminars rond life sciences: in Tokio in samenwerking met onze Waalse tegenhanger AWEX, en in Osaka met de Osaka Chamber of Commerce and Industry (OCCI). Beide events waren een showcase voor onze technologische dienstverlening in biotechnologie en farma. Minis-

ter van Innovatie Ingrid Lieten gaf telkens een overzicht van het Vlaamse overheidsbeleid inzake onderzoek en innovatie, in het bijzonder voor life sciences. Ze kondigde ook een nieuwe publicatie aan over de Vlaamse biotechnologie, verschenen bij de Japanse uitgeverij Chemical Daily. Daarin ontdekt de Japanse lezer de bedrijven uit de Vlaamse biotechcluster en hun onderzoek.

Voorts stonden ook meetings met onder meer chemiereus Kaneka, en bezoeken aan het Riken Brain Institute en de Kobe Biotech Cluster op het programma. Dat Vlaamse bedrijven voet aan Japanse grond kunnen krijgen, illustreert de nieuwe lokale productieveestiging van Janssen Pharmaceutica. Die werd officieel geopend in aanwezigheid van prins Filip.

Succesvolle vooruitgang in onderzoek

Op de twee seminars die FIT organiseerde rond life sciences in België, nam het onderzoek naar de ziekte van Alzheimer een belangrijke plaats in.

Een van de sprekers was Koen Dewaele, CEO van ADx NeuroSciences, dat testen ontwikkelt voor het vroegtijdig opsporen van de ziekte van Alzheimer en van demantie. "De twee life science seminars hebben ons overtuigd om voor het eerst in te schrijven voor een prinselijke missie. Japan is echter geen onbekend ter-



Boven: FIT organiseerde twee druk bijgewoonde seminars rond life sciences.

rein. Onze CBO Paul Appermont doet al ruim dertig jaar zaken met Japanse farmaceutische en diagnostische bedrijven. We zetten er R&D-samenwerkingen op. Die moeten leiden naar de toegang tot belangrijke componenten, maar ook tot de Japanse afzetmarkt. Het merendeel van onze twaalf afspraken tijdens deze missie hadden we zelf vastgelegd, maar de aanwezigheid van prins Filip gaf er een extra officieel tintje aan. Onze contacten waren onder de indruk”, licht Koen Dewaele toe. “De reacties op onze presentaties tijdens de seminars waren erg positief. Momenteel lopen er twee onderhandelingen, maar we weten dat het beslissingsproces tijd vergt in Japan. Onze focus ligt nu op deze deals rond krijgen en dan zorgen dat we op tijd leveren.” Dat stiptheid, organisatie en discipline kernbegrippen zijn in de hele Japanse samenleving, ook in de zakenwereld, vergeten de deelnemers nooit meer.

Sommige bedrijven boekten verrassend snel resultaat, maar daar ging een uitgebreid traject aan vooraf. Voor reMYND, bijvoorbeeld, dat experimentele Alzheimer-behandelingen in onderzoek bij farma- en biotechbedrijven test op hun werking in een eigen muismodel. Gedelegeerd bestuurder Koen De Witte was ook spreker op beide seminars: “Na de VS doet Japan het meeste onderzoek naar Alzheimer-behandelingen. We staan al erg sterk in de VS en Europa,

maar in Japan was onze activiteit eerder beperkt. Omdat in hiërarchisch en statusgedreven Japan het bezoek van een prins nu eenmaal de aandacht trekt en een missie van dergelijke omvang potentiële klanten lokt, beslisten we om deel te nemen.”

reMYND bereidde zich intensief voor. “Samen met FIT zijn we eind 2011 op zoek gegaan naar een consultant-vertegenwoordiger die ons netwerk kan helpen opbouwen. Met succes. Tijdens de prinselijke missie hebben we alle potentiële klanten gesproken, meestal bij hen op kantoor. Vorige maand tekenden we ons eerste grote contract. Een fraai resultaat, en uitzonderlijk snel voor Japan, zeker met de zomervakantie ertussenin”, vertelt Koen De Witte trots. “Bovendien is het de bedoeling dat dit de start is van meerdere studies. We merken meteen ook een spillover naar andere Japanse bedrijven. Het is voor ons duidelijk dat de Japanse onderzoekers erg sterk onderling netwerken, en dat we iemand nodig hadden die zich ter plaatse kan integreren in dat netwerk. Want, eens de juiste introductie is gemaakt, is de Japanse markt net heel open.”

Bezegeld met een handtekening

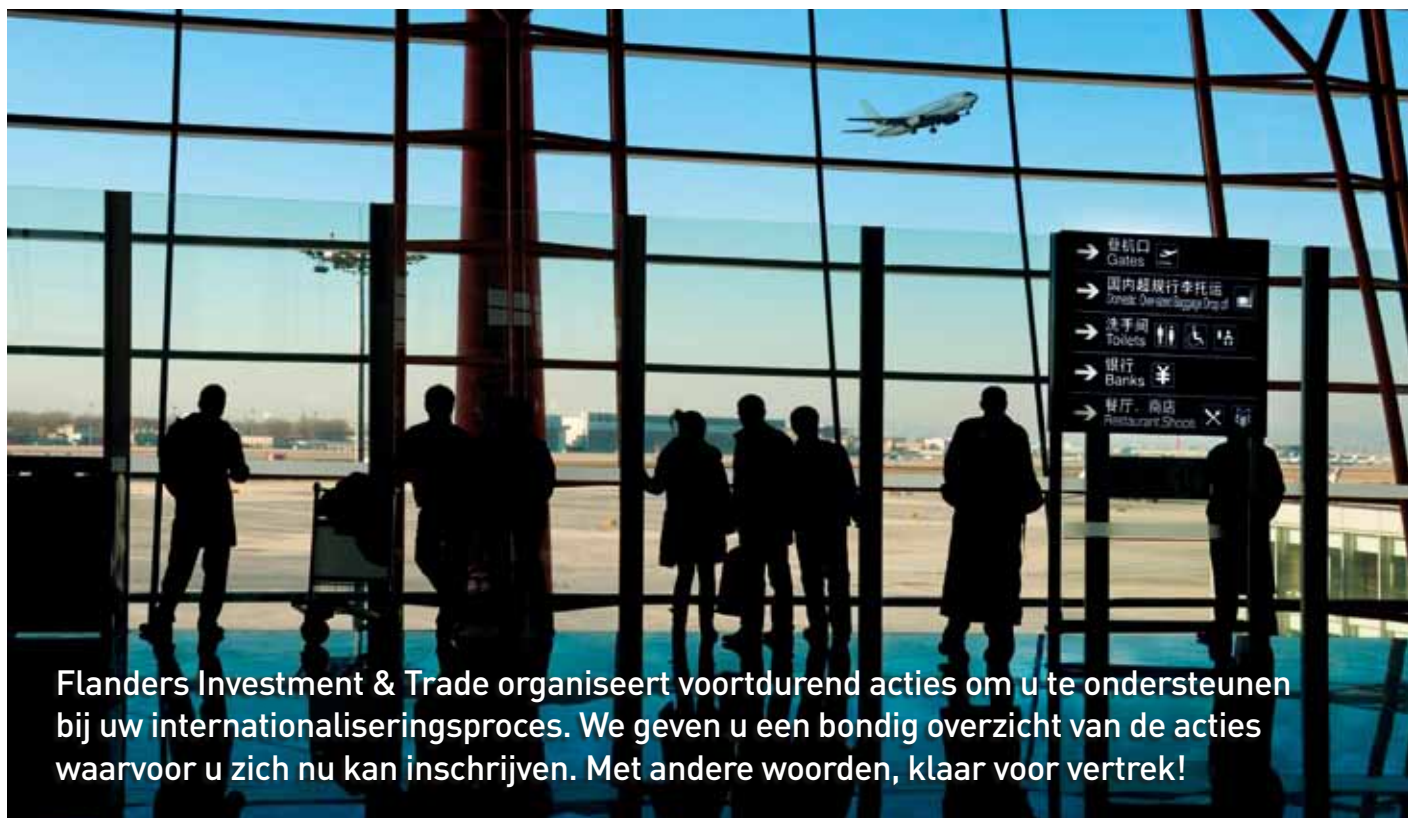
Ook andere sectoren werden tijdens deze prinselijke missie succesvol in de kijker gezet. Maar liefst dertien Vlaamse bedrijven, instanties en universiteiten onderte-

kenden een contract of Memorandum of Understanding (MoU) met een Japanse partner. Zo zette het MoU tussen de Faculteit Letteren van de KU Leuven en zijn Japanse evenknie van de Meiji University de aantrekkingskracht van ons land als leer-, leef- en onderzoeksomgeving in Europa in de verf.

Ook een andere troef van onze regio, Vlaanderen als logistiek Europese knooppunt, sprong in het oog: de haven van Zeebrugge en het Japanse transportbedrijf Nippon Yusen Kaisha en zijn dochteronderneming International Car Operations ondertekenden een MoU. Door het samenwerkingsakkoord wordt de haven van Zeebrugge de draaischijf voor Japanse wagens naar België en het VK, maar ook naar Noord-Europa en Rusland.

🔗 Interesse in zakendoen in Japan?

Bespreek uw plannen met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Alle contactgegevens vindt u op www.flandersinvestmentandtrade.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!

GROEPSZAKENREIS



Groepszakenreis 'Multisectoraal – Taiwan'

27 oktober tot en met 1 november 2012

Onder leiding van minister-president Kris Peeters organiseert FIT een zakenreis naar Taiwan. Tijdens deze economische missie kan u nieuwe mogelijkheden ontdekken, maar ook contacten leggen met toekomstige zakenpartners. Bedrijven uit alle sectoren zijn welkom, net als vertegenwoordigers van de academische wereld.

Inschrijven
kan tot 5 oktober 2012 op
www.flandersinvestmentandtrade.be
☎ Michèle Surinx, 02 504 87 91
michele.surinx@fitagency.be



Groepszakenreis 'Multisectoraal – Nord-Pas de Calais'

26 tot en met 28 november 2012

Noord-Frankrijk en Vlaanderen zijn historisch met elkaar verbonden. De regio Nord-Pas de Calais is dan ook ideaal om uw eerste stappen te zetten in de Franse markt of om bestaande contacten uit te diepen.

Inschrijven
kan tot 10 oktober 2012 op
www.flandersinvestmentandtrade.be
☎ Evelien Staelens, 02 504 88 48
evelien.staelens@fitagency.be



Groepszakenreis 'Sectorale zending design en creatieve industrie – Hongkong'

3 tot en met 7 december 2012

Vlaamse creatievelingen met interesse in Azië, kunnen tijdens de Hong Kong Business of Design Week de nodige contacten leggen. Bovendien werd België intussen geselecteerd als officiële partnerland in 2013!

Inschrijven
kan tot 26 oktober 2012 op
www.flandersinvestmentandtrade.be
☎ Michèle Surinx, 02 504 87 91
michele.surinx@fitagency.be



Groepszakenreis 'Multisectorale zending – Marokko'

2 tot en met 6 december 2012

FIT organiseert een multisectorale groepszakenreis naar Marokko onder leiding van Vlaams minister-president Kris Peeters.

Inschrijven
kan tot 5 oktober 2012 op
www.flandersinvestmentandtrade.be
☎ Catherine Van Ransbeeck, 02 504 88 62
catherine.vanransbeeck@fitagency.be



Groepszakenreis 'Multisectoraal – Israël'

9 tot 12 december 2012

Volgens de meest recente ramingen zal de Israëliëse economie in 2012 met bijna 3% groeien, en in 2013 met nog iets meer. Israël biedt uitstekende opportuniteiten in verschillende sectoren: voeding, logistiek, infrastructuur, machines, verlichting, meubels en auto-onderdelen.

Inschrijven

kan tot 26 oktober 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Liesbet Huyge, 02 504 88 22
liesbet.huyge@fitagency.be



SIRHA – Lyon

26 tot en met 30 januari 2013

Het tweejaarlijkse 'Salon International de la Restauration, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation', kortweg SIRHA, is de voornaamste voedingsbeurs in zijn regio. In 2011 kwamen er 142.000 bezoekers en 10.000 chefs uit 136 landen langs.

Inschrijven

kan tot en met 26 oktober 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Gabor Becski, 02 504 87 02
gabor.becski@fitagency.be



Seminarie 'Canada'

7 november 2012

Onze VLEV in Montréal, Mieke Pynnaert, vertelt meer over de doelsectoren in Canada: biotechnologie, cleantech en ICT. Daarnaast komen ook andere kansrijke sectoren aan bod.

Inschrijven

kan tot en met 31 oktober 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Anke Vanderstappen, 02 504 88 24
anke.vanderstappen@fitagency.be

GROEPSSTAND



BAU – München

14 tot en met 19 januari 2013

BAU München is de meest internationale beurs in de bouwindustrie. In 2011 telde de tweejaarlijkse beurs, die in het teken staat van groen bouwen, meer dan 235.000 bezoekers, hoofdzakelijk decision makers.

Inschrijven

kan tot 31 oktober 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Marianne Temmerman, 02 504 87 79
marianne.temmerman@fitagency.be

SEMINARIE



Seminarie 'Startende exporteurs in Duitsland'

18 oktober 2012

Hoewel de Duitse markt veel gelijkenissen vertoont met de Belgische, heeft Duitsland zijn eigen gewoontes en kenmerken. Tijdens dit seminarie ontdekt u hoe u de markt van onze oostburen het best benadert.

Inschrijven

kan tot en met 12 oktober 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Lukas Vanacker, 02 504 88 05
lukas.vanacker@fitagency.be

CONTACTDAGEN

Frankrijk

3 tot en met 10 oktober 2012

Locatie: Hasselt, Mechelen, Ieper, Sint-Niklaas en Vilvoorde

Inschrijven

kan tot en met 9 oktober 2012.
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Japan

17 tot en met 24 oktober 2012

Locatie: Kortrijk, Dendermonde, Leuven, Hasselt en Antwerpen

Inschrijven

kan tot en met 23 oktober 2012.
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Zuid-Korea

17 tot en met 24 oktober 2012

Locatie: Kortrijk, Dendermonde, Leuven, Hasselt en Antwerpen

Inschrijven

kan tot en met 23 oktober 2012.
 ☎ 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



Seminarie 'EU-South Korea FTA: implications and opportunities'

25 oktober 2012

FIT organiseert een seminarie dat focust op de opportuniteiten van het vrijhandelsakkoord EU-Zuid-Korea. Experts van de Europese Commissie, het Koreaanse Trade Promotion Agency en FIT zullen er hun kennis met u delen.

Inschrijven

kan tot 23 oktober 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Michèle Surinx, 02 504 87 91
michèle.surinx@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 Tom Roelens, General Manager bij Four Seasons Resorts Lanai.

Aloha van een Oost-Vlaming in Hawaï!

Een tegenslag kan soms het beste zijn dat je overkomt. Nadat ik tijdens mijn stage en studentenjobs al enige ervaring had opgedaan in gerenommeerde restaurants en hotels in België en Frankrijk, volgde ik in 1995 een zomercursus aan de befaamde Cornell University in de staat New York. Ik ontmoette er mijn toekomstige vrouw. Geboren in Peking en opgegroeid in Zwitserland en Hongkong, beschikte ze over een werkvergunning voor Hongkong en de VS. Daar was ik dan weer professioneel niet welkom. Daarom beslisten we om samen ergens heen te trekken waar we wel allebei mochten werken. We zijn nooit meer teruggekeerd naar onze thuislanden.

Volgend jaar gaan we 100 luxehotels bouwen. Dat vond ik, anno 1995, een nogal krasse uitspraak. Mijn vrouw en ik werkten toen allebei voor een ander luxehotel, in twee van de drie die er op dat moment waren in Dubai. En die waren niet eens volgeboekt. Maar de bouwwoede raasde in sneltempo door het emiraat, een erg interessante periode, en die uitspraak is vandaag in veelvoud waarheid geworden. Ik kreeg er het aanbod om voor een kleine hotelketen te werken, eigendom van de sultan van Brunei. Met een team hebben we het hotel Nusa Dua in Bali van kop tot teen gerenoveerd en hersteld in zijn oude glorie.

De grootste cultuurschok ervoer ik in Zuid-Californië. Ondertussen was ik in dienst getreden bij de hotelketen Four Seasons, de absolute top in het luxesegment. Van Bali verhuisden we naar Jakarta, dat toen – begin deze eeuw – door een bijzonder tumultueuze periode ging. Rellen, bomaanslagen, vulkaanuitbarstingen, noem maar op. Door hevige overstromingen moesten we het hotel sluiten en renoveren voor we het terug konden uitbaten. Ik was gewoon dat er niets werkte en in mijn volgende bestemming, Californië, werkte alles altijd. Ook leek het alsof iedereen van de plastische chirurg kwam, met een Hummer reed en woonde in een huis van minstens drie miljoen dollar, met een gazon van exact drie centimeter hoog, in hetzelfde kleur groen.

Mijn volgende werkplek, een eiland van 400 op 80 meter, deelde ik met 800 arbeiders. Na mijn Amerikaanse avontuur werd ik gepromoveerd tot General Manager bij Four Seasons. Een jaar lang woonde ik op een bouwwerf en sliep ik in een stapelbed, terwijl ik de bouw van een gloednieuw hotel op de Malediven superviseerde. Nadat ik het hotel twee jaar had gerund, mocht ik zelf mijn volgende bestemming kiezen.

Geen eilanden meer voor mij, toch geen kleine! Het werd een van de



Paspoort:

Naam:
Tom Roelens

Bedrijf:
Four Seasons
Resorts Lanai

Sector:
hotelsector

Functie:
General Manager

Studies:
Hotelmanagement

Leeftijd:
41 jaar

Extra:
getrouwd, geen kinderen



grootste privé-eilanden ter wereld: Lanai, in Hawaï. Nu eigendom van de CEO van Oracle. Onder meer Bill Gates heeft bij ons zijn huwelijk gevierd. Waarvoor hij trouwens alle helikopters in de omtrek afhuurde, zodat geen ongenodigde gasten foto's konden maken. Voorlopig blijven we hier, maar als we verhuizen, wil mijn vrouw alleen naar een bestemming waar we nog niet hebben gewoond. We leven voortdurend in een paradijselijke en luxueuze omgeving, dat beseft ik elke dag opnieuw. Toch geniet ik minstens even hard als we mijn ouders bezoeken in Deince en mijn moeder boerenworst met rodekool klaarmaakt. Twee verschillende werelden, maar mijn vrouw en ik passen ons overal aan.



Architecturale natuur
in hartje New York



Benoit Reinards
Director Investment

Waar?

Stadspark The High Line
Van Gansevoort Street tot West 34th Street

New Yorkers noemden de nabijgelegen 10th Avenue wel eens smalend 'Death Avenue', vanwege de vele dodelijke ongevallen met het vrachtverkeer.

Maar dat alles behoort tot de verleden tijd. Het huidige High Line-park, dat begin 2009 werd ingewijd, is een architecturaal hoogstandje dat dwars door het Meatpacking District voert. De groene strook of 'green way' baadt in een oase van rust. Extra troef is het adembenemende uitzicht over de New Yorkse sky-

line en de zonsopgang boven New Jersey.

In het hippe Meatpacking District kan je niet alleen snuisteren in de vele high-endboetiekjes, ook culinair kom je er aan je trekken. Aanraders zijn de restaurants Pastis, Sea en Spice Market. Ook de overdekte Chelsea Market, het walhalla voor de fijnproever, ligt langs de route van het High Line-park, midden in deze bruisende buurt van The Big Apple."

Bye!

"Midden in New York, in het hart van de wijk Chelsea, ligt het kunstmatig aangelegde stadspark The High Line, genoemd naar de hoger gelegen spoorweglijn die er tijdens de vorige eeuw liep. In de jaren dertig werd die lijn gebruikt om melk en vlees tot bij de fabrieken te krijgen. De

Boekentip

De beleveniseconomie

B. Joseph Pine en James H. Gilmore

Bij Walt Disney Stores kopen we geen speelgoed, maar kinderdromen. Bij Apple gaan we niet langs om een computer, maar om een hippe MacBook. Bij Starbucks halen we geen koffie, maar een stukje Amerikaanse droom. En bij Le Pain Quotidien ontbijten we niet, maar delen we het brood aan de gemeenschappelijke tafel.

Consumenten willen vandaag geen producten of diensten kopen, maar belevenissen. En voor die belevenissen betalen ze graag een centje meer. In deze publicatie wordt de zogenaamde 'beleveniseconomie' op de rooster gelegd. Wat verwacht de hedendaagse consument nu precies en hoe moet een bedrijf daarop inspelen?

De eerste editie van dit boek werd meteen een bestseller. Deze volledig herziene uitgave gaat op dit elan verder en focust op de vormen die belevenissen zullen (moeten) aannemen in de 21ste – digitale – eeuw om verkocht te kunnen worden.

Over de auteurs

B. Joseph Pine II en James H. Gilmore kwamen in 1999 aandragen met de term 'beleveniseconomie' om de consumptiemaatschappij te definiëren. Intussen is het een marketingbegrip geworden. De auteurs staan samen aan de wieg van het bedrijf Strategic Horizons LLP, dat aan organisaties ideeën verkoopt die hun producten of diensten een meerwaarde geven.



'De beleveniseconomie'
ISBN 978-90-526-1927-9
Lannoo-Academic Service



DE BESTSELLER TO SELL BETTER IN HET BUITENLAND

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

U kan het gratis bestellen op www.flandersinvestmentandtrade.be



Flanders Investment & Trade
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen