

# Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

September 2012 nr. 45

**theo verovert  
het hart van de wereld  
met zotte brillen**

Expatriate of local?

Het beweegt in Marokko!



- 4 Het beweegt in **Marokko!**
- 8 Radar
- 10 Uw **pion in het buitenland**: kiest u voor een **expat** of een **local**?
- 14 **theo** verovert het hart van de (mode)wereld met **zotte brillen**
- 17 De lezer is koning!
- 18 **Financiële steun** voor bedrijfsgroeperingen, gemengde Kamers van Koophandel en businessclubs
- 19 Een blik in de **Amerikaanse keuken** op Summer Fancy Food
- 20 Farnborough Airshow: vaste afspraak voor **Vlaamse luchtvaartexperts**
- 22 Design missie VS: **Creatief Vlaanderen** op veroveringstocht
- 24 Vertrek
- 26 Letterlijk een land helpen **opbouwen**
- 27 Op 'speed tour' in **Tel Aviv**



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](http://www.linkedin.com/groups)  
 [twitter.com/fitagency](https://twitter.com/fitagency)

**Verantwoordelijke uitgever:** Claire Tillekaerts.

**Eindredactie:** Flanders Investment & Trade, bijgestaan door Com&Co, bureau voor bedrijfsjournalistiek.

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

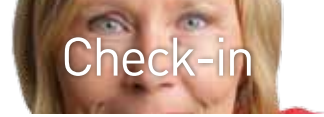
**Foto's:** FIT en Bart Lasuy.

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

Overnemen of vermenigvuldigen van artikelen is uitsluitend toegestaan met vermelding van bron (bron: Wereldwijs/Flanders Investment & Trade).

Wereldwijs wordt gratis verspreid onder bedrijven.  
**Wenst u een exemplaar?** Stuur een mail naar [wereldwijs@fitagency.be](mailto:wereldwijs@fitagency.be) met uw adresgegevens.





**Beste lezer,**

'Inspire a generation', zo luidde het motto van de Olympische Spelen 2012. Met een nog ambitieuzere doelstelling trok onze afdeling Investeren naar Londen: vele generaties inspireren en ondersteunen.

Op het grootste sportevenement ter wereld worden niet alleen medailles gewonnen, records gevestigd en persoonlijke grenzen verlegd, het vormt ook het ideale decor om buitenlandse bedrijven te ontmoeten. In deze bruisende en optimistische sfeer promootten we Vlaanderen bij ondernemingen uit vijf landen(groepen): Japan, China, India, de VS en Europa. Niet toevallig erg belangrijke spelers in het Vlaamse investeringslandschap.

Elk(e) land(engroep) kreeg een eigen dag, waarop we ongeveer 25 bedrijven uitnodigden in het Belgium House, gelegen in het fantastische historische kader van The Inner Temple. De uitgenodigde ondernemingen hadden meestal al een vestiging in het VK. Sommigen waren nog niet in Vlaanderen aanwezig, anderen hadden onlangs activiteiten opge-

start of uitgebreid in onze regio. Door te kiezen voor deze mix, konden we niet alleen onze relatie met onze investeerders onderhouden, zij konden de potentiële nieuwkomers ook vertellen hoe ze investeren in Vlaanderen ervaren. Want we mogen nog dikwijls de voordelen van onze regio verkondigen, als een collega-ondernemer dat doet, is de impact des te groter.

We hebben vijf voortreffelijke ontmoetingsdagen gehad met Japanse, Chinese, Indiase, Amerikaanse en Europese bedrijven. Om te tonen dat onze boodschap – Vlaanderen heeft ontzettend veel te bieden aan buitenlandse investeerders – ook op het hoogste niveau wordt gedragen, kwam Vlaams minister-president Kris Peeters verschillende keren naar Londen.

De formule sloeg duidelijk aan, nu werken we volop aan de opvolging van deze succesvolle actie. Hopelijk met resultaten die vele generaties in Vlaanderen zullen inspireren en ondersteunen!

Claire Tillekaerts  
Gedelegeerd bestuurder  
Flanders Investment & Trade





# Het beweegt in Marokkō!

En dat zorgt voor tal van zakelijke mogelijkheden

Volgens het Doing Business 2012-rapport van de Wereldbank is Marokko de grootste hervormer van zijn ondernemingsklimaat. In vergelijking met vorig jaar klimt het land met 21 plaatsen naar de 94e plaats. Die evolutie wordt gedragen door koning Mohammed VI, die sinds 1999 de troon bekleedt. Samen met zijn regering streeft hij naar een sterke en vrije Marokkaanse economie. Daarvoor voerden ze vele maatregelen en hervormingen door. En dat werpt zijn vruchten af. Marokko moderniseert zich in sneltempo en legt jaarlijks mooie groeicijfers voor. Hoog tijd voor Vlaamse ondernemers om deze Noord-Afrikaanse markt te verkennen.





Wereldwijd vroeg Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) Conny Van Wulpen waar zakenkansen liggen. Zij is op post in Casablanca, van waaruit ze u helpt met uw vragen over ondernemen in Marokko. Ook tips voor de ideale marktbenadering, mogelijke hindernissen bij een marktintrede en do's en don'ts voor zakendoen in Marokko kwamen aan bod.

### In 2011 groeide het bbp met 4,9%. Kan Marokko dat groeipercen- tage dit jaar handhaven?

**Conny Van Wulpen:** "2012 zal wellicht wat uit de toon vallen. Verwacht wordt dat de groei dan ongeveer 2,4% zal bedragen. Naast een groot budgettair tekort op zijn handelsbalans, uit de pan swingende energiekosten en minder buitenlandse investeringen, kampt Marokko met een matig landbouwjaar. Wij zouden er wellicht geld voor geven, maar hier heeft het amper geregend. De overheid doet grote inspanningen om de landbouw te moderniseren, zodat het klimaat een minder bepalende factor wordt, maar dat vergt tijd. Ondanks dit alles wijzen alle prognoses voor de komende jaren wel opnieuw in de richting van een jaarlijkse groei van gemiddeld 4,5%."

### De overheid heeft dus altijd nog een grote hand in de Marokkaanse economie?

**Conny Van Wulpen:** "Zeker. De Marokkaanse regering hanteert verschillende strategieën om de groei en tewerkstelling te doen stijgen. Zo is er het 'Pacte National pour l'Emergence Industrielle' om industriële sectoren zoals autobouwen, luchtvaart, textiel en offshoring, te stimuleren. De plannen 'Maroc Vert' en 'Vision 2020' moeten respectievelijk de landbouw en het toerisme een duwtje in

de rug geven. Het land sloot een akkoord met de EU waardoor de invoerrechten op industriële goederen zijn weggeval- len. Ook voor de landbouw – inclusief bepaalde producten uit de voedings- industrie – bestaat een akkoord. Eind 2012 zou ook een overeenkomst voor diensten worden gesloten.

Daarnaast is ontzettend veel geïnves- teerd in infrastructuur. Dat is trouwens nog altijd volop bezig. Vroeger waren be- paalde regio's zeer moeilijk bereikbaar. Dat verandert nu, zodat ook die gebie- den zich economisch kunnen ontwik- kelen. Veel is te danken aan koning Mo- hammed VI, die een moderne visie heeft en kan rekenen op diep respect van de bevolking."

"De komende jaren wijzen alle prognoses in de richting van een jaarlijkse groei van gemiddeld 4,5%."

### De afhankelijkheid van Europa is groot. Zo zijn Frankrijk en Spanje traditioneel de belangrijkste handelspartners. Realiseert Marokko zich door de eurocrisis dat het zijn handel meer moet diversifiëren?

**Conny Van Wulpen:** "Inderdaad, Europa is handelspartner nummer één, maar het aandeel verkleint. Door de euro- crisis ontvangt Marokko minder Euro- pese toeristen en daalt zijn export naar Europa. Het land is zich dus bewust van het feit dat het zijn export moet diver-



Boven: Conny Van Wulpen

sifiëren naar andere landen. Ook tracht Marokko zijn exportaanbod te verruimen met meer producten met een hogere toegevoegde waarde.”

## Wat zijn de belangrijkste troeven van Marokko voor Vlaamse ondernemers?

**Conny Van Wulpen:** “Je voelt dat hier van alles aan het bewegen is, in de positieve zin. Dat mag je overigens vrij letterlijk nemen, het land lijkt wel één grote bouwwerf. Op politiek vlak is Marokko dan weer vrij stabiel. De overheid doet sterk haar best om de notoire hinderpalen in het zakenklimaat – corruptie en een slechte justitiewerking – aan te pakken. Marokko is een relatief veilige keuze om de Noord-Afrikaanse markt aan te boren. Ook al zijn het Arabisch en Berbers de officiële talen, iedereen in de zakenwereld spreekt uitstekend Frans.

Tot slot sta je hier op amper drie uur vliegen van Zaventem.”

## Hoe staat de Marokkaanse zakenwereld tegenover Vlaanderen of België?

**Conny Van Wulpen:** “Ik hoor wel eens dat Belgen onvoldoende inspanningen leveren om te ondernemen in Marokko, in tegenstelling tot de Fransen. Marokkanen hopen dat dit verandert; ze staan alleszins open voor onze producten en diensten. De meeste Marokkanen kennen Vlaanderen, of tenminste België. Ons land is erg geliefd, velen hebben immers familieleden of vrienden in België wonen. Of ze hebben er zelf gestudeerd, want vele jonge Marokkanen trekken daarvoor naar Europa. Terwijl ze vroeger na hun studies vaak ter plaatse bleven – de gevreesde braindrain – komen ze nu steeds vaker terug naar Marokko om er hun carrière op te bouwen. Sterker nog, Marokkanen die geboren en getogen zijn in België, emigreren soms naar Marokko om hier te werken.”

“Vlaamse ondernemers met expertise in hernieuwbare energie, kunnen hier pionierswerk verrichten.”

## Wat zijn de kansrijke sectoren voor Vlaamse ondernemers?

**Conny Van Wulpen:** “Met stip op één: openbare werken en de bouwsector. Dat gaat van infrastructuur over sociale woningbouw tot sportinfrastructuur en bouwmaterialen. Voorts hebben ook Vlaamse bedrijven actief in logistiek en transport grote mogelijkheden dank-

zij de aanwezigheid van bijvoorbeeld de haven van Casablanca, een van de grootste kunstmatige havens ter wereld, en Tanger-Med, de grootste goederenhaven van Afrika en het Middellandse Zeegebied. Daarnaast scoren Vlaamse ondernemers traditioneel goed in de voedingssector. Tot slot zijn ook hernieuwbare energie en milieu veelbelovende toekomstsectoren. In Marokko staan die nog in hun kinderschoenen. Zo sorteert de Marokkaan geen afval, alles wordt samen op braakliggende terreinen gestort. Maar er wordt nu tenminste al over gesproken. De wil om duurzamer te leven en ondernemen is er. Vlaamse ondernemers die hierin expertise hebben, kunnen hier pionierswerk verrichten.”

## Hoe pakken Vlaamse ondernemers hun Marokkaanse marktintrede het best aan?

**Conny Van Wulpen:** “Neem contact op met FIT, wij kunnen je helpen met relevante marktinformatie waarmee je je export naar Marokko optimaal kan voorbereiden. Daarna is het erg belangrijk dat je het land bezoekt. Ik kan onmogelijk voldoende benadrukken hoe cruciaal persoonlijke contacten zijn in Marokko. E-mails worden wel gelezen, maar antwoord krijgen is een andere zaak. Je hebt een gsm-nummer nodig, en daarvoor moet je geduld uitoefenen. Probeer aan zo veel mogelijk relevante economische acties deel te nemen. Zo kan je informatie en tips vragen aan collega-ondernemers. Eind 2012 staat een missie onder leiding van Vlaams minister-president Kris Peeters op het programma; dat kan een mooie aanzet zijn. Omring je met de juiste personen zodra je zeker bent dat je de Marokkaanse markt wil betreden. Ondanks de inspanningen van de overheid, tiert corruptie immers nog welig en komen ook achterstallige betalingen geregeld voor. Maar de juiste lokale contacten zijn vertrouwd met deze problematiek en weten daar een mouw aan te passen.”

“Ook al zijn het Arabisch en Berbers de officiële talen, iedereen in de Marokkaanse zakenwereld spreekt uitstekend Frans.”

## Wat zijn de grootste hinderpalen voor Vlaamse ondernemers als ze zakendoen in of met Marokko?



- Onderhoud een goede persoonlijke vertrouwensrelatie, essentieel in Marokkaans zakendoen. Wees omzichtig met wie u in zee gaat, heb geduld.
- Kies voor formele, zakelijke kledij.
- Neem kleine attenties mee als u wordt uitgenodigd.



- Plan geen zakenreis tijdens de ramadanmaand. Als u dan toch gaat, drink, eet en rook niet in het bijzijn van Marokkaanse gesprekspartners.
- Weiger nooit een uitnodiging van de Marokkaanse zakenpartner, dat maakt deel uit van zijn traditionele gastvrijheid.
- Vermijd gespreksonderwerpen zoals de westerse Sahara, de koninklijke familie en het conflict tussen Israël en Palestina.

**Conny Van Wulpen:** "Eigenlijk zijn er weinig handelsbelemmeringen, als je de juiste lokale contactpersonen in de arm hebt genomen. Maar laat je hierdoor vooral niet afschrikken. Ik ken zelf geen Vlaamse bedrijven die hun Marokkaanse activiteiten stopzetten door corruptieperikelen of andere wilde cowboyverhalen. Iedereen kan hier ondernemen, ook vrouwen. In moslimlanden is dat niet altijd evident, maar vrouwen bekleden hier evenzeer erg hoge posities. Zo staat een vrouw aan het hoofd van het Agence Nationale des Ports."

## Hoe is de handelsrelatie tussen Vlaanderen en Marokko?

**Conny Van Wulpen:** "Na enkele jaren van vrij zwakke en zelfs negatieve groei, kon de Vlaamse uitvoer naar Marokko in 2011 voor het tweede jaar op rij uitpakken met positieve cijfers. Vlaanderen exporteerde toen voor ruim 651 miljoen euro. Jaar op jaar was dat een groei van 20%. Meteen werd ook voor het eerst de kaap van 600 miljoen euro gerond. In 2011 was Marokko onze vijfde grootste afzetmarkt in Afrika. Het eerste kwartaal van 2012 bracht echter een ander verhaal: daar moest de kwartaalexport genoegen nemen met een opstapje van amper 1,66% tegenover dezelfde periode in 2011."

"Marokko heeft weinig handelsbelemmeringen, als je de juiste lokale contactpersonen in de arm hebt genomen."

De Vlaamse invoer uit Marokko, die in 2010 nog zowat met de helft toenam, moest in 2011 fors gas terugnemen. Vlaanderen importeerde toen voor goed 241 miljoen euro uit het land, een daling van 5% in vergelijking met 2010. Na het miezerige importjaar 2011 herpakte de invoer uit Marokko zich in het eerste kwartaal van 2012."

## Tot slot, hoe groot zijn de culturele verschillen tussen Vlaanderen en Marokko? En in welke mate moet de Vlaamse ondernemer daar rekening mee houden?

**Conny Van Wulpen:** "Het grootste verschil is de rol van religie in de maatschappij, die is hier nog erg belangrijk. Toon respect daarvoor. Zo eet of drink je tijdens de ramadan niet in het bijzijn van je contacten. Voorts dien je te beschikken

over een flinke portie geduld en doorzettingsvermogen. Hou er rekening mee dat afspraken soms niet worden nagekomen. Dat kan behoorlijk energie- en tijdrovend zijn. Een contract is pas bezegeld als de handtekeningen erop staan. Marokkanen durven soms moeilijk nee zeggen. Ze doen dat om de andere partij geen gezichtsverlies te laten lijden, maar voor ons is dat eerder frustrerend. Maar eenmaal je hier voet aan de grond hebt, zijn de mogelijkheden enorm. Marokko is in het afgelopen decennium ontzettend veranderd, en het einde is nog lang niet in zicht. Van deze evolutie moeten Vlaamse ondernemers deel uitmaken!"

## Belangrijkste Vlaamse exportproducten naar Marokko (2011):

minerale brandstoffen (15,67%)	
machines en mechanische apparatuur (12,13%)	
koper (producten) (10,96%)	
kunststoffen (6,95%)	
ijzer en staal (6,57%)	

## Belangrijkste Vlaamse invoerproducten uit uit Marokko (2011):

calciumfosfaten, zout, zwavel, kalk, gips, cement e.d (36,32%)	
meststoffen (8,44%)	
elektrische machines en apparaten (8,19%)	
vlees- en visbereidingen (5,82%)	
kleding (5,05%)	

## Wat staat op ons programma 2012 voor Marokko?

### \* Seminarie 'Marokko, land van 1001 mogelijkheden' - 17 september 2012

Ter voorbereiding van de multisectorale zakenreis in december, organiseren FIT en de ambassade van Marokko een informatiesessie. U krijgt meer info over de verschillende afzetmogelijkheden, het investeringsklimaat en de economische situatie van deze aantrekkelijke markt.

### \* SIB - 21 tot 25 november 2012

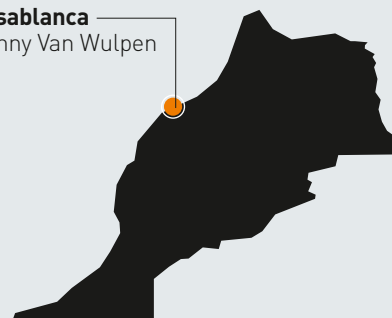
Op deze bouwbeurs heeft FIT een Product Sample Booth.

### \* Multisectorale zending - 2 tot 6 december 2012

Economische missie onder leiding van Vlaams minister-president Kris Peeters naar Casablanca, Rabat en Tanger.

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

Casablanca  
Conny Van Wulpen



## Factsheet Marokko

- **Oppervlakte:** 446.550 km<sup>2</sup>
- **Aantal inwoners:** 32.309.239 (2011)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Casablanca:** 1.457 (2012)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Rabat:** 805 (2012)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Tanger:** 736 (2012)
- **Officiële talen:** Arabisch en Berbers
- **Munteenheid:** dirham; 1 EUR = 11,07 MAD (augustus 2012)
- **Weetje:** de European Offshoring Association riep Marokko uit tot beste offshoring-bestemming 2012.
- **Aandeel economische sectoren in bbp (2011)**
  - landbouw, bosbouw en visserij: 16,6%
  - industrie: 22,2%
  - diensten: 51,2%
- **Belangrijkste exportbestemmingen (2011)**
  - Frankrijk: 22,5%
  - Spanje: 16,9%
  - India: 6,1%
  - Italië: 4,5%
  - Brazilië: 3,8%
  - VS: 3,8%
- **Belangrijkste leveranciers (2011)**
  - Frankrijk: 15,6%
  - Spanje: 10,6%
  - China: 8,4%
  - VS: 7,1%
  - Saoedi-Arabië: 6%
  - Italië: 6%



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](http://www.flandersinvestmentandtrade.be), onder de rubriek 'Marktinformatie'.

# Sterk naslagwerk

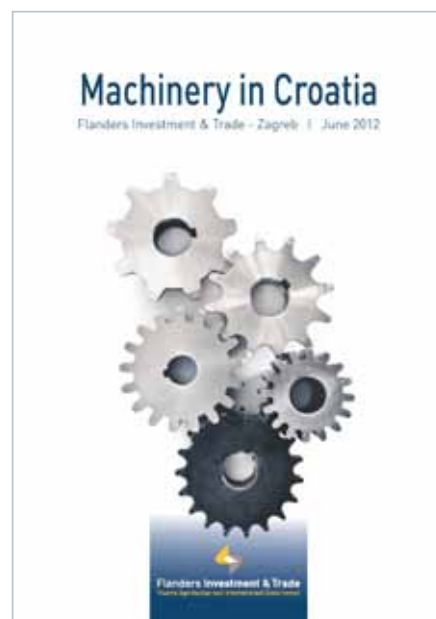


## « Meubelsector in Duitsland

Deze studie richt zich tot Vlaamse bedrijven die weinig of geen ervaring in de Duitse meubelmarkt hebben, maar die in de nabije toekomst wel exportplannen hebben. U ontdekt de actuele marktsituatie in Duitsland, de structuur van de distributie en de actuele trends in de meubelindustrie. Het belangrijkste deel van de studie omvat een uitgebreide adressenlijst van potentiële afnemers. Tot slot worden de belangrijkste beurzen en de meest interessante tijdschriften in Duitsland belicht.

## Machinery in Croatia »

Deze studie geeft een algemeen beeld van de Kroatische economie en van de belangrijke rol van de industriële sector daarin. De klemtoon ligt daarbij op automatisering en machines. Aan het eind van de studie vindt u een uitgebreide adressenlijst van relevante industriespelers.



## Kapitaalgoederen in India »

Onze kantoren in New Delhi en Mumbai hebben de studie over de kapitaalgoederenmarkt in India geactualiseerd. Deze gids geeft een overzicht van de kapitaalgoederen in India en van de macro-economische data en trends. Daardoor kan u uw marktintrede gericht voeren. Ook de voornaamste spelers in de verschillende sectoren en een overzicht van de belangrijkste handelsbeurzen komen aan bod.





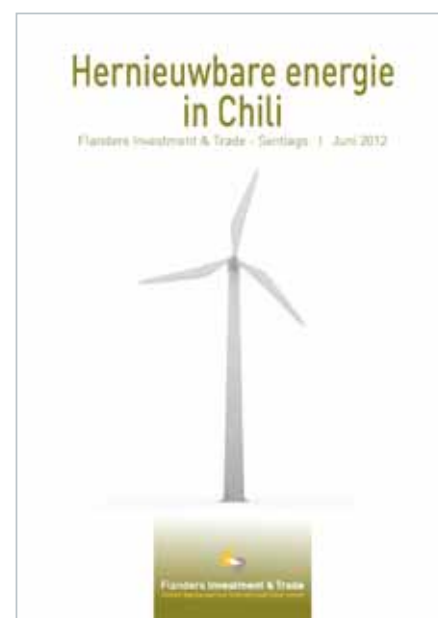


## ◀◀ Marktkansen voor voeding in de Spaanse horeca

In Spanje is de sector voeding & dranken een van de drie sectoren waarop FIT de nadruk legt in de periode 2011-2015. Al heeft de economische recessie in het land een daling van de consumptie veroorzaakt, toch had de boom van het toerisme in 2011 een positieve invloed op het verbruik in de horeca. Die sector is een van de hoofdpijlers van de Spaanse economie. Deze studie schat de afzetkansen in voor de Vlaamse voedingsproducenten in deze sector.

## Hernieuwbare energie in Chili ▶▶

Deze marktstudie brengt de Chileense energiesector in kaart en toont het belang en potentieel van hernieuwbare energie. In het tweede deel leest u meer over het overheidsbeleid, het reglementaire kader en de subsidies om hernieuwbare energie te promoten. Vervolgens worden de verschillende hernieuwbare energiebronnen besproken en de kosten die ermee gepaard gaan. Voorts worden Vlaanderen en Chili vergeleken op het vlak van hernieuwbare energie. Naast een korte praktijkgetuigenis van een Vlaams bedrijf, vindt u er ook een lijst met contactgegevens van de belangrijkste beurzen, instanties en energiespelers.



## ◀◀ Noorse kledingmarkt

U krijgt een beeld van de huidige marktsituatie en trends in de Noorse kledingsector. Ook importstatistieken en distributiekanaal in Noorwegen worden besproken. Verder vindt u er ook adreslijsten van aankoopcentrales, betere detailzaken, agenten en leveranciers.

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

# Uw pion in het buitenland: kiest u voor een **expat** of een **local**?



Of u nu prospectieacties plant in een nieuwe exportmarkt, of een goed draaiend buitenlands kantoor wil uitbreiden, altijd stelt zich de vraag wie daarvoor de geknipte man of vrouw is. Stuurt u een van uw beste krachten weg om in het verre buitenland uw exportstrategie uit te voeren? Of kent u die opdracht toe aan een medewerker ter plaatse, die de lokale markt en regels op zijn duimpje kent? Wereldwijd schotelde de vraag 'expat versus local' voor aan vier ervaringsdeskundigen. Hun antwoord is genuanceerder dan u denkt ...

### Om meteen van wal te steken: werkt uw bedrijf liever met expats dan met locals?

**Kimball Felix:** Bij Clear2Pay geven we de voorkeur aan lokale mensen. Zij spreken niet allen de taal, maar kennen de lokale gewoontes, zowel cultureel als business-wise. Het terrein waarin wij werken, betaaloplossingen, is sterk regionaal ingekleurd, waardoor lokale opvolging en verkoop een must zijn. Maar wij vullen de lokale workforce aan met een tijdelijke expat. Die staat in voor de overdracht van de technische kennis die ons bedrijf uniek maakt. En, niet onbelangrijk, onze expats brengen ook de bedrijfscultuur mee. Zeker wanneer je een lokaal bedrijf overneemt, is change management door een expat onontbeerlijk.

Kimball Felix: "Wij gaan voor de combinatie van een grote groep locals, bijgestaan door een tijdelijke expat."

**Youssef Merdassi:** Bij CFE is bouwkundige expertise een must; hiervoor doen wij een beroep op onze eigen ingenieurs. Zeker als wij in een nieuwe markt van start gaan, zijn zij nodig om ons competitieve voordeel – onze kennis – uit te spelen. Als we een zekere stabiliteit hebben in het land, versterken we onze expats met lokale werknemers.

**Yves Bosteels:** Bij de baggerwerken van Jan De Nul hebben we overal ter wereld veel mankracht nodig. Wij kiezen voor de combinatie van expats in leidinggevende posities en vele geschoolde en ongeschoolde lokale werkrachten. In sommige regio's zijn er trouwens overheidsrichtlijnen over lokale minimumtewerkstelling. Als duurzame onderneming overstijgen we die norm. We investeren in lokale opleidingen, zodat werknemers een goed inzicht krijgen in de omvang en complexiteit van hun opdracht.

**Luc De Haes:** Mag ik, als outsider in deze groep, streng zijn? Ik vind het dilemma local vs expat een verkeerde vraagstelling. Vertrek liever van de bedrijfsdoelstelling en de exportstrategie: open je een nieuwe markt? Of volg je een groei-strategie in een bestaand exportland? Op basis hiervan zoek je de competente uitvoerders van die strategie. Dat kan een expat of een local zijn. Nationaliteit is in mijn ogen geen competentie.

Youssef Merdassi: "Externe expats zijn voor mij een duur vreemdelingenlegioen."

**Youssef Merdassi:** Wij vliegen expats in naar de nieuwe of bestaande exportmarkt, omdat hun kennis ter plaatse niet te vinden is. Gaandeweg vullen we hen aan met lokale mensen, die door ervaring of opleiding onze werkmethodes en expertise evenaren.

**Yves Bosteels:** Dat geldt ook voor ons. Onze expats moeten zeer goed hun metier kennen: een baggerwerf en de bijbehorende machines vragen om erg specifieke beheerstechnieken. Tegelijk moeten expats een behoorlijke portie avonturiersbloed hebben en flexibel zijn, want de woon- en werkomstandigheden kunnen erg moeilijk zijn: afgelegen werken, beperkt wooncomfort enzovoort.

### Zien jullie nadelen aan het uitsturen van expats?

**Kimball Felix:** Expats vergen een grote investering: financieel, maar ook in ondersteuning op juridisch en sociaal vlak.

**Youssef Merdassi:** Die omvangrijke investeringen moeten renderen. Tegelijk moet je van expats vragen om zich te vestigen in een land of een regio die niet altijd even gastvrij is of 'gemakkelijk' is. Dat legt vaak wel een aanzienlijke druk op hun schouders.

**Yves Bosteels:** Expats zijn duur voor het bedrijf, maar het is een fabeltje dat ze een luxeleventje leiden. Soms veranderen ze

om de drie maanden van locatie, anderen blijven drie jaar of langer ter plaatse. In beide gevallen duikt soms heimwee op, zelfs bij de meest stoere jongens!

### Wegen jullie ook de voor- en nadelen af van lokale medewerkers?

**Kimball Felix:** Hun lagere arbeidskost is, zeker in nieuwe markten, een voordeel, maar daartegenover staat dat zij een lange inlooptijd vragen om onze bedrijfscultuur op te pikken. Omwille van het verschil in tijdzone moet je hen zelfstandig laten werken. Daarom gaan wij voor de combinatie van een grote groep locals, bijgestaan door een tijdelijke expat.

**Yves Bosteels:** Wij zetten lokale medewerkers vooral in als ondersteunende en uitvoerende werkrachten. Zij zijn onmisbaar omdat ze de taal, cultuur en lokale contacten beheersen om een enorme werf aan optimale snelheid te laten functioneren. Belangrijk zijn onder meer onze logistieke duizendpoten, zowel voor ingewikkelde wisselstukken als voor alledaagse werkinstrumenten. Deze manusjes-van-alles zijn echter niet gemakkelijk te vinden.

**Youssef Merdassi:** De belemmeringen bij lokale mensen zijn hun andere werkmethodes, die niet altijd passen in onze structuren die drijven op efficiëntie. Maar ongeacht expat of local, gaan we op zoek naar de witte raven die onze aanpak, onze waarden en onze kennis delen.

**Luc De Haes:** In mijn ogen hebben expats even grote voordelen als nadelen, net zoals lokale mensen die hebben. De veronderstelde nadelen vertrekken vaak vanuit de vrees om de controle te verliezen. Wie aan de jobbeschrijving beantwoordt, local of expat, zal dat vertrouwen niet beschamen. Alle grote multinationals – enkele uitzonderingen niet te na gesproken – gaan zo te werk: het potje en het deksetje zijn belangrijker dan de vertrouwde nationaliteit.

### Over controle gesproken: is er geen gevaar dat lokale medewerkers de expat als een betweter zien?



**Kimball Felix:** Ja, dat kan, maar ook het omgekeerde kan waar zijn! Om deze botsingen te beperken, rekruteren wij onze expats én locals op internationale openheid en ondernemingsgezindheid. We sturen de expat niet als hiërarchisch hoogste naar zijn opdracht. Hij heeft vaak nog een directeur boven zich. Ook trachten we hem te matchen met de 'cultuur' van het gastland.

**Yves Bosteels:** "Het is een fabeltje dat expats een luxeleventje leiden."

**Yves Bosteels:** Noch de local, noch de expat mag een betweter zijn. Ze moeten gewoon goed samenwerken. Onze expats hebben een 'shoppinglist' van expertises die ze beter lokaal inhuren. Dat kan een logistieke duizendpoot zijn, een specialist in import en douanereglementering, of iemand die alles weet over sociale wetgeving en fiscaliteit. En de expat moet hierbij respect hebben voor de lokale gewoontes. Uit mijn ervaring merk ik trouwens dat, van alle westerse expats, wij Belgen daar het meeste voeling mee hebben. Ik kan mooie verhalen vertellen over rituele bezoeken aan lokale stamhoofden in Nieuw-Caledonië. Door die traditie te respecteren, aanvaardde de lokale bevolking er onze opdrachten en onze werf.

**Luc De Haes:** Ik geloof niet dat Belgen zo veel beter zijn in die culturele aanpassing. Uit mijn ervaring als internationale trainer, zie ik dat alle nationaliteiten zich bezondigen aan interculturele blunders. Trouwens, je kan je als expat nooit volledig assimileren: de lokale bevolking doorziet je fouten snel.

**Youssef Merdassi:** Volgens mij werkt de expat het best samen met de lokale bevolking. Hoe je dit hiërarchisch uittekent, verschilt van land tot land. In Oost-Europa zien we meestal een sterkere lokalisatie, met slechts enkele expats en vele lokale medewerkers. Als wij in Afrika aan de slag gaan, gebeurt het omgekeerde. Richtinggevend is ook of je op projectbasis werkt dan wel in permanente structuur: ook hieraan pas je het HR-beleid aan.

## Wat zijn de kwaliteiten van een goede expat?

**Youssef Merdassi:** De ideale expat moet een open geest hebben en flexibel zijn. Hij moet zin hebben om in een ander land te werken, aangevuld met de nodige technische kennis en expertise.

**Kimball Felix:** Naast een gezonde dosis durf en zin in avontuur, moet een expat

vooral een goede adviseur zijn en flexibel zijn om mee te draaien in verschillende soorten teams. Hij vertrekt niet zonder voorbereiding naar zijn gastland.

## Hoe ziet die goede voorbereiding eruit?

**Luc De Haes:** Door een goede interculturele voorbereiding van de expat en zijn gezin verhoog je hun rendabiliteit en efficiëntie. Meer dan met luxueuze woonvoorwaarden. Bereid daarom de expat – en zijn partner – voor op culturele verandering. Zorg ervoor dat kinderen goed onderwijs kunnen volgen. Leer hen hoe zich te verplaatsen in hun nieuwe land. En weet dat een interculturele opleiding meer inhoudt dan culturele gymnastiek. De do's en don'ts, hoe een visitekaartje aanreiken of beleefdheidsformules oefenen, het is maar het topje van de ijsberg. Een cultuurshock komt er toch, of je nu naar een exotisch ver land gaat, of naar Frankrijk of Nederland. Je moet leren omgaan met verandering.

## Hoe rekruteren jullie expats?

**Youssef Merdassi:** Een centrale dienst in Brussel gaat op zoek naar geschikte medewerkers. Bij CFE komen deze uit alle hoeken van de wereld, van Argentinië tot Duitsland.

**Yves Bosteels:** Wij rekruteren, vanuit Aalst en Luxemburg, veel jonge schoolverlaters met een technische universitaire opleiding. Deze young potentials uit heel Europa gaan het avontuur van tijdelijke bouw- en baggerwerken met ons aan. Na twee tot drie jaar – een scharniermoment – blijven de doorzetters bij ons aan de slag en voorzien we mogelijkheden om hun gezin mee te nemen bij hun buitenlandse opdrachten.

**Luc De Haes:** "Zoek naar competente uitvoerders van je exportstrategie, expat of local. Nationaliteit is geen competentie."

**Luc De Haes:** Nogmaals, als er een functieprofiel is opgesteld, zoek je de juiste man/vrouw ongeacht hun thuis- of gastland. Als dat een expat blijkt, laat dan relocation agencies hen helpen met praktische beslomeringen. En schakel expatcoaches in voor training in 'omgaan met verandering' en culturele assimilatie. Sommige bedrijven zien expatopdrachten als onderdeel van company loyalty programma's. Begrijpelijk, maar dat moet marginaal blijven en mag

de bedrijfsdoelstellingen niet verstoren.

## Hoe rekruteren jullie locals?

**Yves Bosteels:** Onze tijdelijke projecten vereisen veel mankracht, waarvoor we in ons gastland meestal een labour agent inschakelen. Onze competentievereisten voor lokale werkkrachten zijn flexibiliteit, vlotte (internationale) communicatie en geen 9-to-5-attitude.

**Luc De Haes:** Doe een beroep op selectiekantoren van het land zelf. Of doe navraag bij andere bedrijven, eventueel uit een andere sector, die ervaring hebben met lokale rekrutering. Naast de specifieke functiecompetenties is het goed dat locals vertrouwd zijn met internationaal zakendoen.

**Kimball Felix:** De rekrutering laten we volledig over aan de lokale directeur of HR-manager. Zij rapporteren uiteindelijk aan ons hoofdkwartier en moeten lokaal het beste personeel aantrekken.

**Youssef Merdassi:** Ook bij ons valt dit onder de lokale verantwoordelijkheid van de Country Manager. Hij gaat ook na welke werkkrachten potentieel hebben om internationaal door te groeien.

## Zullen bedrijven in de toekomst blijven expats uitsturen vanuit Vlaanderen?

**Youssef Merdassi:** De tijd dat expats enkel uit Europa of de VS komen, is voorbij. Omdat onze Belgische en Europese sociale en fiscale wetgeving de rekrutering bemoeilijkt, duiken heel goede krachten uit India en Latijns-Amerika op.

**Yves Bosteels:** Het wordt inderdaad moeilijker om Belgen of Nederlanders als expats aan te werven. Aan boord en aan wal zijn heel wat nationaliteiten aan de slag: Europeanen, Indiërs en Indonesiërs.

**Kimball Felix:** De wereld wordt steeds globaler en het expatverkeer gaat alle richtingen uit. Wij hebben een aantal Indiërs naar Vlaanderen gebracht in het kader van een train-the-trainer programma. Sowieso zijn onze expats niet alleen Vlamingen, maar internationale experts.

**Luc De Haes:** Het aantal expats neemt weer voorzichtig toe, na een sterke terugval als gevolg van 9/11. Wat ik 'globeurisme' of Europees-centralistisch globalisme bestempel, werkt nog slechts in enkele sectoren. Ik zie expatverkeer meer in diverse richtingen evolueren. Al laat de internationale economie zich niet zo gemakkelijk voorspellen.

## Hebben jullie, tot slot, nog enkele tips voor Wereldwijs-lezers?

**Yves Bosteels:** Als je met een lokale labour agent of een plaatselijk interimkantoor werkt, vermijd je problemen met lokale wetgeving. Voor de opdracht start, stuur je idealiter de expat met partner op verkenningsmissie. Zo hebben ze tijd om praktische vragen over huisvesting, school en lokale gemeenschap uit te vlooiën. Daarna kan je werknemer ongestoord aan de slag.

**Youssef Merdassi:** Integreer een expatcultuur als onderdeel van je bedrijf: zo weten eigen medewerkers dat ze zich aan buitenlandse uitdagingen mogen verwachten. Externe expats zijn voor mij een duur vreemdelingenlegioen.

**Kimball Felix:** Communiceer transparant met je toekomstige expat en

ontwar zo veel mogelijk het juridisch-fiscale kluwen waarmee de job gepaard gaat. Wij laten bijvoorbeeld vastleggen hoeveel een expat netto zal verdienen. Onverwachte bijkomende belastingen worden door de vennootschap gedragen.

**Luc De Haes:** Of je nu werkt met expats of met locals: onderschat de culturele factor niet. Frequenteer niet enkel de expatcommunity. Dat netwerk helpt je wel met praktische vragen, maar ze is te volatiel en durft cynisch te zijn: "I love this country, but ...", gevolgd door een ellenlange opsomming over wat er allemaal fout loopt. Investeer liever tijd in de lokale gemeenschap. Je haalt er meer uit voor je zakelijke contacten dan je zou denken. Enkele goede boeken helpen je vooruit en laten je exportavontuur slagen.

### Zet deze conversatie verder op LinkedIn

Heeft u zelf ervaring met de beslissing 'expat of local' en wil u die delen met collega-ondernemers? Dan nodigen we u uit om hierover verder te praten op onze LinkedIn-groep. Laat uw stem horen! Zo kan ook u meehelpen om drempels voor internationaal ondernemen te verlagen.

**LinkedIn**

## Ons panel



**Yves Bosteels**  
(Jan De Nul Group)

Met een diploma Burgerlijk Ingenieur en een MBA-opleiding op zak, ging Yves Bosteels (45) in 1994 aan slag bij Jan De Nul Group. Hij begeleidde er tussen 1994 en 2002 verschillende groot-schalige baggerprojecten, aanleg van pijpleidingen en studieopdrachten voor civiele en maritieme bouwwerken. Dat bracht hem van Malta tot Singapore, van Colombia tot Nieuw-Caledonië. Sinds 2002 superviseert hij als Area Manager de Regio Oceanië en Zuid-Oost-Azië.

[www.jandenu.com](http://www.jandenu.com)



**Youssef Merdassi**  
(CFE)

Na zijn opleiding Ingenieur Bouwkunde te Parijs start Youssef Merdassi (52) bij bouwgroep Vinci en groeit er door tot internationaal projectleider. Hij legt zich steeds meer toe op grote projecten in Afrika, Centraal- en Oost-Europa. In 2007 vervoegt hij de multidisciplinaire bouwprojectgroep CFE waar hij als Directeur van CFE Internationaal het bedrijf met succes op de kaart zet in Tsjaad, Nigeria, Algerije en Sri Lanka.

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



**Luc De Haes**  
(LEUVION)

Luc De Haes (56) groeide op in Congo. Met zijn diploma Organisatiepsycholoog op zak, ging hij aan de slag in commerciële functies in Rwanda, Kenia, Egypte, Frankrijk en Nederland. Later verlegt hij zijn focus naar trainingen Internationaal Sales Management. Nu staat hij aan het hoofd van LEUVION, dat internationale bedrijven oplossingen aanreikt voor multiculturele teams, expatcoaching en marketinguitdagingen. Hij is auteur van het boek 'Groeien in het buitenland'.

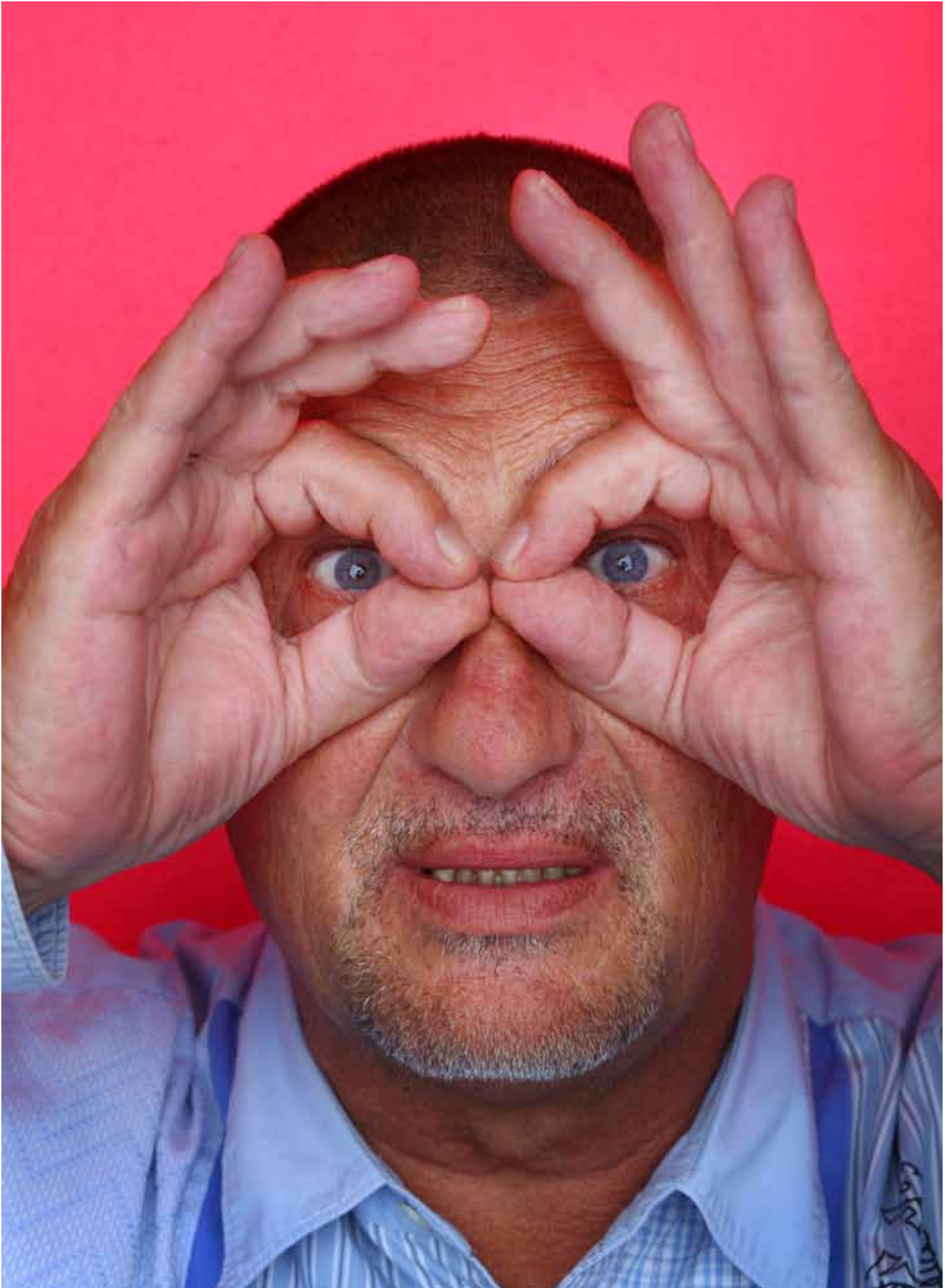
[www.leuvion.be](http://www.leuvion.be)



**Kimball Felix**  
(Clear2Pay)

Kimball Felix (39) studeerde Internationale Politiek gevolgd door een MBA. Na een eerste ervaring bij Citibank, stond hij in 2000 mee aan wieg van Clear2Pay, specialist in betaaltechnologie. Hij nam diverse functies waar, waaronder Due Diligence Office en Marketing & Communications. Nu is bij Clear2Pay Chief of Staff.

[www.clear2pay.be](http://www.clear2pay.be)





# theo verovert het hart van de (mode)wereld met zotte brillen

## En gaat daarbij altijd zijn eigen weg

theo is een van de weinige Vlaamse brillenmakers die over de hele wereld verkopen. Zotte brillen, meer bepaald. Een strak exportplan is er nooit echt geweest, maar wel veel eigenzinnigheid. Kwaliteit boven kwantiteit. theo doet het goed, of theo doet het niet. Typisch voor een familiebedrijf, wellicht. En big boss Wim Somers steekt het niet onder stoelen of banken: achter elke succesvolle man staat een sterke vrouw.

theo werd in 1987 opgericht door de twee Vlaamse opticiens Wim Somers en Patrick Hoet. Wim had een optiekzaak in Antwerpen en Patrick in Brugge. Samen bezochten ze elk jaar de optiekbeurzen in Parijs, Milaan, Keulen en New York. Voor hun eigen brillenboetiek zochten ze er eigenzinnige designbrillen, maar die vonden ze hoe langer hoe minder. En dus besloten ze het zelf te proberen. Met succes: in 1989 stond theo voor het eerst op de beurs van Parijs. Het merk verwierf vrijwel meteen wereldfaam. De samenwerking tussen Wim en Patrick is nog steeds bijzonder, hoewel Patrick zijn theo-aandelen intussen heeft verkocht. Wereldwijd trok naar het Antwerpse hoofdkwartier voor een gesprek tussen theo-topman Wim Somers en Marc Van der Linden, bij FIT de Adviseur Internationaal Ondernemen van het provinciaal kantoor Antwerpen.

**Marc Van der Linden:** "Het exportverhaal van theo is erg snel gegaan. Vrijwel meteen kenden jullie brillen een opgemerkte aanwezigheid in het buitenland. Intussen wordt theo in 50 landen verkocht, en realiseren jullie minstens 85% van de omzet in het buitenland. Wat is de toverformule?"

**Wim Somers:** "theo was er op het juiste moment, op de juiste plaats en met het juiste product. Midden jaren 80 was een bril vooral een optisch hulpmiddel. Wij zagen dat anders. Voor ons is een bril altijd al een modeaccessoire geweest. Zowel Patrick als ikzelf wilden ons profileren als een fashion-opticien. Toen we merkten dat eigenzinnige brillen niet voor het rapen lagen, hebben we beslist om ze gewoon zelf te maken. Dat gerucht deed erg snel de ronde in de optiekwereld, die toen nog veel kleiner was dan nu. Onze eerste brillen hebben

we getoond op de optiekbeurs in Milaan, in 1987, hoewel we daar geen officiële stand hadden. Maar onze zielsverwanten onder de aanwezige opticiens zeurden ons de oren van het hoofd, tot we onze brillen wilden tonen. En zo is de bal aan het rollen gegaan. Uiteraard hebben Patrick en ik erg veel te danken aan onze echtgenotes, die altijd onze eigen optiekkzaken in Antwerpen en Brugge zijn blijven runnen. Dankzij hen konden we over het nodige kapitaal beschikken, opdat theo gedurende de eerste jaren kon groeien. En zo hebben we sindsdien kunnen doen wat we graag wilden: unieke brillen verkopen."

**Marc Van der Linden:** "Het lijkt wel alsof jullie eerder intuïtief tewerk gingen. Of lag er op een bepaald moment toch een strak afgelijnd aanvalsplan op tafel om de wereld te veroveren?"

**Wim Somers:** "Dat buikgevoel is inderdaad altijd belangrijk geweest bij theo. Het grote voordeel was natuurlijk dat Patrick en ik zelf opticiens zijn, waardoor er sowieso een natuurlijke verwantschap tot stand kwam met onze klanten – eveneens zelfstandige opticiens. Bij theo verwachtten we dat potentiële klanten zelf de eerste stap zetten. Pas als zij moeite doen om ons te vinden, doen wij een tegenzet. Als blijkt dat we helemaal op dezelfde lijn zitten, gaan we met elkaar in zee. In die zin lijkt het misschien alsof theo de zaken aan het toeval overlaat, maar dat is allerminst het geval. Cijferdoelstellingen of een top tien van aan te boren markten hebben we nooit gehad, dat klopt. Toch is er sinds het

ontstaan van ons bedrijf altijd een constante geweest: kwaliteit. Het moet buitengewoon goed zijn allemaal. Zo niet beginnen we er gewoon niet aan."

**Marc Van der Linden:** "Vandaar dat jullie in het buitenland steevast met exclusieve agenten werken?"

**Wim Somers:** "Klopt. En als de samenwerking met theo niet leefbaar blijkt voor de exclusieve agent in kwestie, dan houden we ermee op. We willen nu eenmaal in al onze markten de touwtjes stevig in handen houden. Die drang naar controle is het logische gevolg van de wil om absoluut onze eigen weg te

gaan. Ooit heeft theo geprobeerd om nieuwe markten te veroveren door samen te werken met lokale distributeurs, maar van dat model zijn we snel afgestapt. Wellicht werkt het perfect in andere sectoren, met andere producten, maar met theo-brillen blijkt het niet te sporen. Aanvankelijk wel, dachten we, omdat je via distributeurs meteen heel veel brillen kwijt kan in een nieuwe markt. Veel meer dan via een agent. Maar al snel merkten we dat die piekverkoop altijd eenmalig was. Nadien was de markt zo dood als een pier: theo functioneert pas als onze klanten – de zelfstandige opticiens – op hun beurt onze brillen doorverkopen aan de eindconsument. Die doelstelling maken we waar door heel zorgvuldig onze klanten te selecteren. Het moeten zelfstandige opticiens zijn, die bovendien onze passie voor gekke brillen delen, en die weten hoe de modewereld in elkaar zit. Alleen dan weten ze hoe ze een theo aan de

### Tip!

Ga ervoor. Maar wat je ook probeert, doe het goed. Of op zijn minst zo goed mogelijk.

man moeten brengen. Met een distributeur als tussenschakel is die manier van werken utopisch gebleken.”

**Marc Van der Linden:** “Dat klinkt alsof theo wel heel erg exclusief is. Is dat een strategie om immuun te blijven voor de crisis?”

**Wim Somers:** “Uniek is een veel beter woord dan exclusief. En een unieke bril vind je nu eenmaal nooit terug in winkels, of in discountzaken. De zelfstandige opticiens waar theo mee samenwerkt, verdeel ik altijd in twee groepen. Aan de ene kant heb je echt het summum van de brillenboetieks. De topzaken, zeg maar. Aan de andere kant zijn er de opticiens die zich richten tot een breder publiek. Beide groepen zijn ongeveer even groot, en het is een feit dat de meer algemene optiekzaken iets harder worden geraakt door de crisis. De topzaken hebben er dan weer geen last van. Toch is theo niet helemaal immuun hoor. Als gevolg van de eurocrisis – en de lage koers van de euro die daaruit voortvloeit – hebben we wel wat last met de wisselkoersen. Dat proberen we op te vangen door onze prijzen overal ter wereld zo veel als mogelijk gelijk te zetten.”

**Marc Van der Linden:** “Intussen is theo al lang niet meer de enige speler in de niche van de unieke brillen. Hoe gaan jullie om met de sterk groeiende concurrentie?”

**Wim Somers:** “theo is een bedrijf met een bijzonder goed imago, overal ter wereld.



## → ID

- **Bedrijf:** theo
- **Product:** brillen
- **Klanten:** 1.400 zelfstandige opticiens
- **Aanwezig in:** 50 landen
- **Hoofdkwartier:** Antwerpen
- **Aantal medewerkers:** 22 op het hoofdkantoor en 12 zelfstandige agenten
- **Omzet in 2011:** ± 10 miljoen euro

## Tip!

Laat je gezicht zien op sectorbeurzen, zeker in het buitenland. Het is de enige plaats waar je echt naar buiten komt, waar je een identiteit hebt.

## Tip!

Streef ernaar om constant te blijven verrassen, op gelijk welke manier. Met je product, met je bedrijfslogo, noem maar op.

Daar hebben we sinds ons ontstaan keihard aan gewerkt. Wel is het zo dat we constant moeten blijven verrassen. Zo niet is theo ten dode opgeschreven. En een verrassing blijft natuurlijk boven alles een investering die je moet doen in een zeer risicovol product: een zotte bril waarvan je absoluut niet weet of hij zal aanslaan. Een gezonde financiële structuur is dus een must, als je steeds opnieuw als de meest originele uit de hoek wil komen. Het grootste probleem van theo is dat we vaak te vroeg zijn, dat we al verder geëvolueerd zijn dan de markt. We zitten nu eenmaal in Antwerpen, waar heel veel gaande is op het gebied van mode. theo kijkt sowieso niet enkel naar de brillenwereld, maar naar wat zich afspeelt in de hele mode-wereld. We maken brillen die passen bij vernieuwende kledij.”

**Marc Van der Linden:** “Welke belangrijke hordes zijn er momenteel te nemen op het exportpad van theo?”

**Wim Somers:** “Alain Bekaert gaat met pensioen. Naast Patrick en ik is hij altijd de derde man geweest bij theo, al heeft hij nooit in het bedrijf geïnvesteerd. Hij is diegene die zich vooral heeft beziggehouden met het uitbouwen van ons agentennetwerk in het buitenland. Hij was de allereerste verkoper van theo, zeg maar. Het zal niet gemakkelijk zijn om dat gat op te vullen. Gelukkig kan ik rekenen op de tweede generatie bij theo: mijn drie zonen zijn nu al enkele jaren aan de slag in het bedrijf, en ze hebben voor de nodige verjonging gezorgd.”

**Marc Van der Linden:** “Voorlopig ziet het er niet naar uit dat je zelf met pensioen gaat. Welke dingen wil je nog verwezenlijken met theo?”

**Wim Somers:** “In België is theo heel duidelijk een merk. In het buitenland, daarentegen, zijn we voornamelijk niet meer dan een originele bril. Met die wereldwijde merkbekendheid is er dus nog werk aan de winkel. Dat kan je zelfs heel letterlijk nemen: het is al lang een droom van mij om eigen theo-winkels op te richten in het buitenland. Maar nogmaals: wat we doen, moet echt goed zijn. En daarom is het er nog niet van gekomen. We houden hoe dan ook onze ogen open, vooraan en achteraan, voor opportuniteiten. Die moet je gezien hebben.”



## ? 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](http://www.flandersinvest-mentandtrade.be) vindt u in de rubriek ‘Onze dienstverlening’ alle adressen en contactinfo.

In april organiseerde FIT een lezersonderzoek van Wereldwijs. We vroegen u om schriftelijk of online een vragenlijst in te vullen en zo dit maandelijkse magazine te evalueren. Onze oproep viel niet in dovemansoren, waarvoor ontzettend veel dank! TNS Dimarso, een gerenommeerd marktonderzoeksbureau, verwerkte de resultaten tot een helder rapport.

# De lezer is koning!



Wereldwijs verscheen voor het eerst in september 2008. Exact twee jaar later stopten we het magazine in een nieuw jasje. Alhoewel het aantal abonnees steevast stijgt en we weleens positieve geluiden hoorden over bepaalde artikels, bleef het koffiedik kijken of de lezers Wereldwijs wel smaakten. Na ons lezersonderzoek weten we nu zeker dat dit zo is.

Uiteraard zijn we erg tevreden met deze algemene bevinding. Liever dan de overige resultaten in detail te bespreken, nemen we uw feedback mee in onze volgende edities. Want ook al bent u over de hele lijn bijzonder tevreden, dat betekent niet dat we op onze lauweren zullen rusten. We blijven voortdurend timmeren aan een nog beter blad. Met

inhoud die u graag leest, omdat u het interessant en relevant vindt. Met inspirerende getuigenissen en up-to-date informatie rond internationaal ondernemen.

## 🔔 Laat uw stem horen!

De evaluatie van Wereldwijs is een neverending story. Daarom blijft uw mening belangrijk. Heeft u suggesties voor bepaalde onderwerpen of verbetering? Wil u reageren op een verschenen artikel? Vertel het ons via:

+ 32 (0)2 504 88 80  
[wereldwijs@fitagency](mailto:wereldwijs@fitagency)  
[www.linkedin.com/groups](http://www.linkedin.com/groups)  
[twitter.com/fitagency](http://twitter.com/fitagency)

**LinkedIn** **twitter**





# Financiële steun voor bedrijfs-groeperingen, gemengde Kamers van Koophandel en businessclubs

Vlaamse bedrijven genieten bij FIT onder bepaalde voorwaarden van verschillende subsidie-mogelijkheden. Ook bedrijfsgroeperingen, gemengde Kamers van Koophandel en businessclubs kunnen op onze financiële steun rekenen. Aan deze representatieve verenigingen richt FIT jaarlijks één oproep of Vlaamse Call.

FIT is bevoegd om deze oproep te organiseren. De subsidies worden toegekend op basis van het advies van de evaluatiecommissie. Die is samengesteld uit vertegenwoordigers van de Vlaamse overheid.

## Type projecten

Alleen projecten die concrete internationale opportuniteiten opleveren voor de Vlaamse economie, of die speciale aandacht hebben voor het aantrekken van buitenlandse investeringen naar Vlaanderen, komen in aanmerking. Ook moedigen we projecten aan die nieuwe exportbedrijven sensibiliseren en informeren. Daarnaast moeten de ingediende dossiers duidelijke targets bevatten. Achteraf zullen we nagaan in welke mate die gerealiseerd zijn. Bovendien is het belangrijk dat de projecten in lijn liggen met het Actieprogramma van FIT en met

de ViA-doelstellingen van de Vlaamse overheid. Zo garanderen we dat de middelen het meest efficiënt worden ingezet.

## Timing

Op 15 september 2012 lanceren we de oproep. Vanaf dan zullen alle documenten beschikbaar zijn op onze website [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be).

De Call 2013/1 slaat op projecten die lopen binnen de periode van 1 januari 2013 tot en met 31 december 2015. Voorts moet het project starten in 2013 en minimaal 5.000 euro kosten. Uw aanvraagdossier moet uiterlijk 15 oktober 2012 elektronisch worden ingediend, samen met alle vereiste bijlagen.

## Eerste stap

Vóór u uw project indient, neemt u best contact op met Christophe Boone. Dat kan via 02 504 87 86 of [christophe.boone@fitagency.be](mailto:christophe.boone@fitagency.be). Hij zal samen met u en andere FIT-medewerkers nagaan of uw project in lijn ligt met ons Actieprogramma of met onze investeringsopdracht.

**OPROEP 2012  
(Call 2013/1)**

## Hou onze website in de gaten

Op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be) vindt u alle up-to-date informatie over onze Call 2013/1.



## Een blik in de Amerikaanse keuken op Summer Fancy Food

Al jarenlang is Summer Fancy Food vaste prik op ons Actieprogramma. Ook op de 58e editie van de belangrijkste voedingsbeurs in de VS waren we aanwezig met een groepsstand en een Product Sample Booth. Net zoals vorig jaar vond deze toonaangevende vakbeurs plaats in Washington DC. Volgend jaar verhuist het voedingssalon opnieuw naar zijn thuisbasis in New York.

### Veel volk op de been

Van 17 tot 19 juni prijsden ongeveer 2.400 exposanten uit circa 80 landen hun waren aan. Verschillende landenpaviljoenen groepeerden hun nationale specialiteiten zoals Duitsland, Spanje, Italië, Chili, Egypte, India, Pakistan en Canada. Het bezoekersaantal liep op tot 24.000.

Op onze FIT-groepsstand stonden twaalf bedrijven, waarvan ongeveer de helft voor het eerst deelnam aan Summer Fancy Food.

### Lage verwachtingen, hoge interesse

FIT FOOD, producent van vegetarische en bio-veggie voeding, was een van de nieuwkomers op onze stand. "Ter ondersteuning van enkele distributeurs en importeurs die in de VS onze producten trachten te vermarkten, hebben we deelgenomen aan Summer Fancy Food", verklaart zaakvoerder Gregory Verhaeghe. "De reacties waren over de hele lijn positief. Vooral dat onze producten kans maken in de VS, stemt ons blij en hoopvol. Wat mij opviel op Summer Fancy Food was dat het aanbod hoofdzakelijk bestond

uit chocolade, kaas en olie. Ik heb misschien twee bedrijven gezien die net als wij een vegetarisch aanbod hadden, dus we moeten ons zeker niet massaal meten met gelijkaardige firma's. Bio en veggie zijn nochtans hot in de VS, maar eigenlijk is de concurrentie relatief klein. Het zijn wel zeer grote spelers, maar ze lanceren niet vaak nieuwe producten. En dat vraagt de Amerikaanse consument wel."

### Meer dan de som der delen

Onder de paraplu van Finest From Belgium – een cluster van ongeveer vijftien Belgische voedingbedrijven – nam FIT FOOD deel aan Summer Fancy Food. "Zo kunnen we regelmatig aanwezig zijn op grote vakbeurzen zoals Alimentaria in Barcelona en Gulfood in Dubai. Niet alleen door die groepering verhogen we onze zichtbaarheid, want ook de FIT-groepsstand geeft je naamsbekendheid een extra boost. Bovendien wisselen de deelnemers onderling contacten uit, of soms zelfs leads", licht Gregory Verhaeghe toe.

"Of we er volgend jaar opnieuw zullen bij zijn in New York hangt af van onze einde-

valuatie van de beurs, maar de kans is zeer groot", verklaart Gregory Verhaeghe. "Voordien hadden we niet verwacht om er nieuwe klanten te winnen, maar concreet zijn we met vijf leads teruggekeerd. Nu zijn we volop bezig met de follow-up. Dat vergt tijd, want exporteren naar de VS is een heel ander verhaal dan Europa op het vlak van import en logistiek. Ook dat hebben we bijgeleerd op Summer Fancy Food. Twee distributeurs hebben gezegd dat ze met ons in zee willen gaan. Eerst gaan we stalen opsturen en daarna begint de onderhandelingsronde over de prijzen. Dan weten we pas echt waar we staan. Een of twee klanten overhouden aan deze beursdeelname zou fantastisch zijn!"

### Meer weten over de FIT-aanwezigheid op Summer Fancy Food?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Alle info en contactgegevens vindt u op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be).

# Farnborough Airshow: vaste afspraak voor Vlaamse luchtvaartexperts

Met meer dan 100.000 professionele bezoekers is de tweejaarlijkse Airshow van Farnborough dé hoogmis voor wie zaken doet in de lucht- en ruimtevaartsector. De laatste innovaties, de wedloop tussen kleppers als Boeing en Airbus, de aankondigingen van miljoenencontracten...: Farnborough heeft het allemaal. Deze show kan zich meten met de beurs van Le Bourget, maar richt zich iets meer naar de Angelsaksische wereld. Elke onderneming hoopt er met een stapel commerciële leads naar huis te keren. FIT hielp de Vlaamse bedrijven om 110% uit hun beursdeelname te halen.

FIT, FLAG (Flemish Aerospace Group) en hun Waalse tegenhangers AWEX en EWA/Skywin, werken al verscheidene jaren samen als het Belgian Aerospace collectief. Het was in dit kader dat 15 Vlaamse en 10 Waalse bedrijven van 9 tot 15 juli 2012 naar Farnborough trokken. Tussen meer dan 1.500 exposanten sprong de gezamenlijke stand van de Vlaamse en Waalse bedrijven er uit.

## Groepsvoordeel

Voor de stand nam FIT alle praktische en logistieke besommeringen voor zijn rekening. Kristof Vierin, Vice-President Business Development Aerospace van beeldschermenproducent Barco: "Ons bedrijf zou sowieso naar Farnborough trekken, maar zo'n grote gezamenlijke stand biedt een meerwaarde. In de ex-

tra ontvangstruimtes en centrale lounge kan je je klanten veel beter ontvangen. Ze – we spreken over niveau van president of vicepresident – voelen er zich naar waarde geschat." Ook Ivan Remels, Chief Commercial Officer van high lift- en componentenproducent ASCO Industries bevestigt: "Wij kiezen voor een beperkt aantal, sterk gesegmenteerde beurzen. Farnborough en Le Bourget





willen én kunnen we niet missen. De groepsdeelname en het schaalvoordeel met FIT en FLAG bewijzen al vele edities hun efficiëntie.”

Niet alleen de habitués van deze beurs weten deze aanpak te appreciëren. Filip Verhaeghe, CEO van softwareontwikkelaar voor de luchtvaart (UN)MANNED: “Dat we met onze eerste beursdeelname een premium groepsstand mogen delen met gerenommeerde bedrijven als Barco en ASCO Industries, heeft onze naamsbekendheid een enorme boost gegeven. Met een kleine individuele stand bereik je nooit dezelfde impact.”

### Contacten en contracten: alles vraagt tijd

Commercieel was de Airshow van Farnborough een ongezien succes. Ondanks de crisis, werden er tijdens de beursuren voor 72 miljard dollar aan orders en contracten bekendgemaakt. Ook de Vlaamse deelnemers konden daar een graantje van meepikken. ASCO Industries kondigde een nieuwe productie- en assemblagesite aan in Oklahoma en sloot langetermijncontracten met vliegtuigproducenten Embraer en Bombardier. Ivan Remels van ASCO Industries getuigt: “Mooie contracten, waar je als team lang aan werkt, krijgen extra weerklank op de beurs, onder het oog van collega’s, concurrenten en de gespecialiseerde pers. Voor ons was dit de meest succesvolle Farnborough-deelname ooit.”

Kristof Vierin van Barco: “Farnborough blijft, samen met Le Bourget, topklasse op het vlak van exposure en communicatie. We hebben onze verlanglijst van

decision makers gesproken. Onze producten kennen een lange onderhandelingscyclus en zo’n beurs betekend echt een scharniermoment. We hebben gescoord met ons multi-touch cockpit display en wij konden een displaycontract voor het opleidingsvliegtuig Pilatus PC-21 aankondigen. We zijn meer dan tevreden.”

Nieuwkomer Filip Verhaeghe van (UN)MANNED ziet verschillende resultaten van zijn deelname: “Onze primaire doelstelling – naamsbekendheid – hebben we bereikt. Nu timmeren we verder aan onze commerciële contacten. FIT helpt ons echt en heel concreet met onze exportplannen. En dat resulteert in extra banen binnen ons bedrijf: de gevraagde technische profielen zijn niet gemakkelijk te vinden, maar we hopen ze snel te kunnen invullen.”

### Voortdurend netwerken

De standhouders legden hun focus zowel op bestaande als op nieuwe zakelijke contacten. “Netwerking is erg belangrijk. 60% van je afspraken is met bestaande



klanten, 40% van je tijd gaat uit naar business development en prospectie”, stelt Kristof Vierin. Ivan Remels vult aan: “Alle contacten zijn van tel, omdat je enerzijds rechtstreeks commercieel wil scoren, maar anderzijds in de value chain ook mikt op supply chain contracten met toeleveranciers. Met de juiste voorbereiding en voldoende mankracht lukt dit. Zeker als je door synergie met andere standhouders interessante leads krijgt doorgeschoven.”

Formele gesprekken, maar ook informele contacten zijn belangrijk. De internationale cocktailreceptie tijdens de Belgian Day op de Farnborough Airshow heeft daarbij een reputatie hoog te houden. Kristof Vierin: “Onze klanten vragen al op voorhand: ‘When is the beer party?’ Je kan daar lacherig over doen, maar die receptie werkt gewoon.”

### Internationale aandacht

Tijdens deze Belgian Day kwam er ook aandacht uit een andere hoek. De ambassadeur uit Londen kwam naar Farnborough en vanuit het thuisfront kwam een vipvlucht overgevlogen: captains of industry, hooggeplaatste militairen, kenniscentra, topambtenaren... Met in hun kielzog journalisten en tv-ploegen. Filip Verhaeghe: “Het VRT-journaal gaf in zijn reportage onze softwaredemo de nodige aandacht en vermeldde ook onze oproep naar geschoold personeel.” Ook ASCO Industries deelde in de persaandacht, aldus Ivan Remels: “Het spreekt tot de verbeelding wanneer je met Vlaamse technologie in Oklahoma 250 nieuwe banen op je conto schrijft.” De verschillende deelnemers aan de beurs gaven al aan dat ze zich voorbereiden op de andere beursdeelnames die FIT en FLAG organiseren.

### 🔗 Luchtvaartambities?

In 2013 neemt FIT deel aan de luchtvaartbeurs Le Bourget (Parijs), Aero India (Bangalore) en MAKS (Moskou), in 2014 staat Farnborough opnieuw op de agenda. Voor meer informatie, neemt u contact op met Jeroen De Vuyst via 02 504 88 55 of via [jeroen.devuyst@fitagency.be](mailto:jeroen.devuyst@fitagency.be).

# Design missie VS: Creatief Vlaanderen op veroveringstocht

Een staalkaart van de Vlaamse designwereld gaf van 13 tot 21 mei present voor een FIT-handelsmissie in de VS. Sommigen verkenden voor het eerst hun commerciële mogelijkheden over de plas, anderen wilden nieuwe segmenten aanboren. Hun ontdekkingstocht bracht hen van Los Angeles over Las Vegas tot in New York, drie epicentra van creativiteit, opsmuk en design. Elk met een waaier aan potentiële handelscontacten.

De 13 Vlaamse ondernemers in binnen- of buitenhuisdesign stonden te popelen om de Amerikaanse markt te verkennen. Zij hadden niet alleen visitekaartjes, maar ook een pak voorbereidingswerk in hun bagage gestoken. FIT had veel verschillende contacten ingepland met onder meer invoerders, verdelers, agenten, inkopers, vakverenigingen, designcentra, architecten en interieurdesigners. De VS is immers een uitgebreide en complexe markt, die diverse contacten vraagt.

“Wij zijn al actief op de Amerikaanse markt”, vertelt Dirk Wynants van Extremis, bekend voor buitenmeubilair en -design. “Maar dankzij FIT kregen we ook toegang tot beroepsfederaties, onder andere van architecten en tuinarchitecten. Als individueel bedrijf kan je die veel minder goed bereiken.”

## Los Angeles: ook moeilijke deuren zwaaien open

Ontmoetingen met ontwerpers stonden veelvuldig op het programma in Los Angeles. De grote architectenbureaus kanaliseren de commerciële contacten en leverancierspresentaties op lunch & learn events, die vaak maanden op voorhand zijn volgeboekt. Toch kon FIT Los Angeles heel wat Vlaamse deelnemers op zo'n event binnenloodsen. Belangrijk, want daar zitten de sleutelpersonen, die hun klanten de nieuwste en origineelste designproducten aanbevelen. Robrecht Siera van designdecoratiebedrijf Tape-







### Hoogtepunt van de missie?

Robrecht Siera, managing partner bij Tapestry-Art: "Ongetwijfeld het diner bij de consul-generaal in Los Angeles. Niet alleen was het er over de koppen lopen, het niveau van de deelnemers lag bijzonder hoog: hier zaten de decision makers uit onze sector bij elkaar."

stry-  
Art: "Je merkt dat de mensen van FIT onze producten en hun potentieel bijzonder goed kennen. Ze selecteren contacten in je niche en houden daarbij niet van improvisatie."

Ook vakverenigingen bleken een goede deuropener voor onze Vlaamse bedrijven. Tijdens diverse groepsontmoetingen, informatiesessies en netwerkevents konden de Vlaamse bedrijven kennismaken met The American Institute of Architects en The American Society of Landscape Architects aan de westkust en met The American Society of Interior Designers aan de oostkust.

FIT liet de Vlaamse bedrijven niet onvoorbereid naar de vele netwerkevents vertrekken: bij aanvang kreeg elk van hen een 'balboekje' mee, met namen van mensen die ze zeker moesten spreken. Waar nodig, introduceerde een FIT-vertegenwoordiger hen discreet aan elkaar. Vooral het netwerkevent van The American Society of Landscape Architects bij AHBE Landscape Architects, een internationaal designbureau, bleek goed te scoren. Maar top of the bill was de ontmoeting met meer dan vijftig architecten, interieurontwerpers en landschapsarchitecten in de residentie van de consul-generaal: grote en bekende namen, een excellent kader en veel vruchtbare contacten.

FIT had, behalve de diverse groepsbezoeken, ook een programma opgesteld met individuele afspraken, op maat van elk bedrijf. Daarmee konden ze een-op-eengesprekken hebben met potentiële partners, inkopers of verdelers. "Dat was

### Hoogtepunt van de missie?

Chantal Verniest, general manager van Oxygene: "De netwerkevents waren voor mij het neusje van de zalm. Naast het diner bij de consul-generaal in Los Angeles, behoorde ook de Opening Night van de New Yorkse ICFE-beurs tot de toppers. Je kon er de écht belangrijke mensen aanspreken. Ik heb er goede contacten gelegd."

tot in de puntjes voorbereid. Je kreeg niet alleen een getimede afsprakenlijst mee van FIT, maar ze suggereerden zelfs waar en wanneer je een taxi moest nemen of wanneer een bus een beter alternatief was. Zo kon je je helemaal concentreren op je handelscontacten", vertelt Chantal Verniest van designdecoratiespecialist Oxygene.

### Las Vegas: een warm welkom voor hospitality

Na het drukke programma in Los Angeles, verhuisde de FIT-karavaan naar Las Vegas, het andere grote designcentrum in het westen. De focus lag er op de hospitalitysector, want alle grote hotels, hun leveranciers en hun inkopers waren afgezakt naar de stad in de woestijn voor de Hospitality Design Expo 2012. De seminaries en de netwerkevents die met zo'n beurs gepaard gaan, konden op heel wat Vlaamse belangstelling rekenen. Vooral bij de Hotel Owners' Roundtable, waarbij dertig ontwerpers en eigenaars van grote hotelketens werden samengebracht, scoorde heel goed. Deze oefening werd nog eens overgedaan met de hotelketen MGM Resorts.

Vruchtbare contacten werden er ook gelegd tijdens een bezoek aan het Las Vegas Design Center, organisator van een tweejaarlijkse meubelbeurs en tijdens het FIT-netwerkevent bij Unica-home, invoerder van Europese designproducten. Kortom, een drukke agenda in Las Vegas. Zo druk dat een gokje in de casino's er niet meer af kon. "We hebben ingezet op interessante handelscontacten. Wij zijn nu hard aan het werk om deze te verzilveren in contracten", stelt Robrecht Siera.

### New York: een vleugje Europa

Dan ging de missie verder naar New York. Het programma was er opgebouwd rond de design- en meubelbeurs International Contemporary Furniture Fair. "Je merkt er het verschil in smaak tussen de west- en de oostkust. Design moet in Los Angeles erg exclusief zijn, vaak

met hoge blingbling factor," zegt Chantal Verniest, "terwijl New York dichter bij de gestileerde Europese smaak aanleunt." Collega Robrecht Siera valt haar bij: "Het toont aan dat je de Amerikaanse markt met andere maatstaven moet benaderen. De Vlaamse markt is naar hun normen niet meer dan een uit de kluiten gewassen stad."

Het programma in New York was goed gevuld, met evenementen in en rond de beurs, het New York Design Center en een receptie in het Flanders House. Tijdens het afscheidsdiner in een trendy New Yorks restaurant blikten de deelnemers terug op een succesvolle missie. Robrecht Siera: "Het was mijn eerste handelsmissie. Strategisch interessant voor ons bedrijf, maar eveneens één grote week van training en kennisuitwisseling in marketing en management." "We hebben als creatieve bedrijven inderdaad erg veel van elkaar geleerd. En elkaar ook leads doorgespeeld", vervolgt Dirk Wijnants. Chantal Verniest sluit af: "Tijdens het harde werk hebben we ook veel plezier gehad. We hebben nu al een reünie in Vlaanderen gepland. Om herinneringen op te halen? Ja, maar ook om commerciële successen uit te wisselen!"

### Hoogtepunt van de missie?

Dirk Wijnants, CEO van Extremis: "De 'speed-dating' in Las Vegas met grote hotelketens was erg verhelderend. We hebben op korte tijd geleerd hoe zij hun inrichting en decoratie aanpakken."





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 – Italië'

28 tot 31 oktober 2012

De missie trekt naar de economisch sterkste regio's: Lombardije en Piemonte. In Lombardije zijn, naast mode en design, ook agrovocering, farma en de banksector sterk vertegenwoordigd. Sectoren als ICT, alternatieve energie, intelligente transportsystemen en logistiek zijn sterk in opmars in Piemonte.

#### Inschrijven

kan tot 15 september 2012 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 Liesbet Huyge, 02 504 88 22  
[liesbet.huyge@fitagency.be](mailto:liesbet.huyge@fitagency.be)



### Bierdegustatiedag Londen

23 oktober 2012

Britse consumenten lopen warm voor de Belgische speciaalbiere. FIT nodigt daarom Britse inkopers van groothandels, horeca, retail en vakpers uit om Belgische brouwers te ontmoeten op een bierdegustatie.

#### Inschrijven

kan tot 5 september 2012 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 Lukas Vanacker, 02 504 88 05  
[lukas.vanacker@fitagency.be](mailto:lukas.vanacker@fitagency.be)



### Groepszakenreis 'Cleantech – India'

4 tot 9 november 2012

Met een groeiende economie en een jaarlijkse bevolkingstoename van 1,3% is het evident dat watermanagement en hernieuwbare energie topprioriteiten zijn voor India. Tijdens deze zending ontdekt u de Indiase cleantechsector.

#### Inschrijven

kan tot 14 september 2012 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 Erna Janssens, 02 504 88 10  
[erna.janssens@fitagency.be](mailto:erna.janssens@fitagency.be)



### Groepszakenreis 'Bouw en energie – Saoedi-Arabië'

16 tot 21 november 2012

Begin 2012 kondigde Saoedi-Arabië een recordoverschot op de handelsbalans van 690 miljard Saudi ryal aan. Dat overschot zal onder meer worden besteed aan gezondheid, water, wegen en opleiding.

#### Inschrijven

kan tot 1 oktober 2012 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 Bart Van den Bossche, 02 504 87 09  
[bart.vandenbossche@fitagency.be](mailto:bart.vandenbossche@fitagency.be)



### Groepszakenreis 'Multisectoraal – Brazilië en Uruguay'

12 tot 16 november 2012

FIT organiseert een multisectorale groepszakenreis naar het Braziliaanse São Paulo en Rio de Janeiro, en naar het Uruguayaanse Montevideo.

#### Inschrijven

kan tot 21 september 2012 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 Anke Vanderstappen, 02 504 88 24  
[anke.vanderstappen@fitagency.be](mailto:anke.vanderstappen@fitagency.be)



### Groepszakenreis 'Zakenconventie Aeromart – Toulouse'

4 tot 6 december 2012

In de heimat van Airbus vindt tweejaarlijks een ontmoetingsmoment plaats tussen toeleveranciers en vliegtuigbouwers. U krijgt individuele b2b-afspraken op de beurs en u kan op 4 december ook deelnemen aan de conferentie met klinkende namen als Airbus, Dassault en Lombardier.

#### Inschrijven

kan tot 1 oktober 2012 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 Debbie Impens, 02 504 87 97  
[debbie.impens@fitagency.be](mailto:debbie.impens@fitagency.be)



### Groepszakenreis 'Congo-Brazzaville en Democratische Republiek Congo: zending met de focus op de multilaterale instellingen'

9 tot 15 december 2012

Het 'Afrika beneden de Sahara' is een van de sterkst groeiende economieën. Toch houdt zakendoen met deze landen nog altijd risico's in. Samenwerken met multilaterale organisaties zoals de Wereldbank en de Afrikaanse Ontwikkelingsbank, beperkt die risico's.

#### Inschrijven

kan tot 20 september 2012 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 Johan Malin, 02 504 87 58  
[johan.malin@fitagency.be](mailto:johan.malin@fitagency.be)

## GROEPSSTAND



### Arab Health – Dubai

6 tot en met 9 november 2012

Deze beurs is met voorsprong de belangrijkste medische vakbeurs in de regio en wordt op wereldvlak door veel insiders als de nummer twee aanzien, na Medica in Düsseldorf.

#### Inschrijven

kan tot en met 15 september 2012 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Kurt Vleminckx, 02 504 88 03  
[kurt.vleminckx@fitagency.be](mailto:kurt.vleminckx@fitagency.be)



### VIV Asia – Bangkok

13 tot en met 15 maart 2013

Tweejaarlijkse vakbeurs voor veeteelt en processing.

#### Inschrijven

kan tot en met 30 september 2012 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Hilda Debie, 02 504 88 51  
[hilda.debie@fitagency.be](mailto:hilda.debie@fitagency.be)

## SEMINARIE



### Seminarie 'conhIT-Berlijn'

14 september 2012

Agoria, AWEX, BEI en FIT organiseren een informatiesessie over de Duitse eHealth-markt. In april 2013 plannen ze een economische missie of beursdeelname in het kader van de vakbeurs conhIT (Connecting Healthcare IT) in Berlijn. Spreker is dr. Gunther Nolte, CIO van Vivantes GmbH, de grootste gezondheidsgroep van Duitsland.

#### Inschrijven

kan tot en met 10 september 2012 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Bea Kestens, 02 504 88 38  
[bea.kestens@fitagency.be](mailto:bea.kestens@fitagency.be)

## UITNODIGING



### Uitnodiging 'Inkopers Maxima - Baltische staten'

9 oktober 2012

De Litouwse supermarktketen Maxima is de grootste van de Baltische staten. FIT nodigt de inkoper van Maxima uit naar Brussel. De interesse gaat vooral uit naar zoetwaren, fruitsappen, bier, diepvriesproducten, kaas, koffie, thee en vis. Ook producenten van andere voedingsproducten mogen zich aanmelden. De inkoper kiest uit de ingezonden bedrijfsprofielen. Daarna vindt in ons hoofdkantoor in Brussel een individuele afspraak plaats.

#### Inschrijven

kan tot en met 5 september 2012 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Annemieke De Tollenaere, 02 504 88 38  
[annemieke.detollenaere@fitagency.be](mailto:annemieke.detollenaere@fitagency.be)

## CONTACTDAGEN

### Contactdag Mexico, Brazilië en Venezuela

5 tot en met 12 september 2012  
 Locatie: Kortrijk, Gent, Hasselt, Antwerpen en Leuven

#### Inschrijven

kan tot en met 11 september 2012.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdag Argentinië, Chili en Peru

5 tot en met 12 september 2012  
 Locatie: Kortrijk, Gent, Hasselt, Antwerpen en Leuven

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

Antwerpen  
 03 260 87 22  
[antwerpen@fitagency.be](mailto:antwerpen@fitagency.be)

Limburg  
 011 29 20 80  
[limburg@fitagency.be](mailto:limburg@fitagency.be)  
 Oost-Vlaanderen  
 09 267 40 80  
[oostvlaanderen@fitagency.be](mailto:oostvlaanderen@fitagency.be)

Vlaams-Brabant  
 016 66 56 00  
[vlaamsbrabant@fitagency.be](mailto:vlaamsbrabant@fitagency.be)

West-Vlaanderen  
 050 24 74 10  
[westvlaanderen@fitagency.be](mailto:westvlaanderen@fitagency.be)

#### Inschrijven

kan tot en met 11 september 2012.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdag Cuba

10 tot en met 12 september 2012  
 Locatie: Hasselt, Antwerpen en Leuven

#### Inschrijven

kan tot en met 11 september 2012.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdag Maleisië

10 tot en met 12 september 2012  
 Locatie: Brussel

#### Inschrijven

kan tot en met 7 september 2012.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdag Zuid-Afrika

12 tot en met 20 september 2012  
 Locatie: Hasselt, Gent, Leuven, Mechelen en Kortrijk

#### Inschrijven

kan tot en met 19 september 2012.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdag Congo, Kenia en Ivoorkust

18 tot en met 20 september 2012  
 Locatie: Leuven, Mechelen en Kortrijk

#### Inschrijven

kan tot en met 19 september 2012.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdag Thailand en Vietnam

18 tot en met 26 september 2012  
 Locatie: Antwerpen, Dendermonde, Vilvoorde, Brugge en Hasselt

#### Inschrijven

kan tot en met 25 september 2012.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdag Indonesië en Singapore

18 tot en met 26 september 2012  
 Locatie: Antwerpen, Dendermonde, Vilvoorde, Brugge en Hasselt

#### Inschrijven

kan tot en met 25 september 2012.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdag Filippijnen

24 tot en met 26 september 2012  
 Locatie: Vilvoorde, Brugge en Hasselt

#### Inschrijven

kan tot en met 25 september 2012.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdag 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

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 Kenn Meyfrootd, adviseur bij 7FTD.

# Letterlijk een land helpen opbouwen


**Nog voor ik mijn diploma in handen had, zat ik al op een vliegtuig naar Cambodja.** Meteen na mijn laatste examen ben ik vertrokken voor een job bij 7FTD. Deze joint venture is een samenwerking tussen een Vietnamese gelijkaardige betononderneming, een Cambodjaanse investeringsmaatschappij/grootgrondbezitter en Flanders Concrete, dat zeven Vlaamse betontechnologiebedrijven overkoepelt.

**Wat wil ik later doen?** Het antwoord daarop werd zonneklaar toen ik tijdens mijn studies met mijn vader, die Flanders Concrete leidt, meereisde naar Azië. Hij heeft ruim dertig jaar ervaring met ondernemen in dat continent. Vanaf toen wist ik absoluut zeker dat ik een internationale carrière wilde. Ondertussen ben ik al ruim een jaar aan de slag bij 7FTD in Phnom-Penh.


**Ik moet een toegevoegde waarde blijven, en geen kost worden.** Aanvankelijk werkte ik er als directeur, nu als adviseur van het directieteam. Mijn taak bestaat uit het geven van training

en sturing. We willen immers een lokaal management installeren, dus zodra de directie helemaal zelfstandig werkt, trek ik naar een volgend project. Dat is wellicht opnieuw in Cambodja, ofwel in Vietnam of Laos. Sowieso kunnen we in deze ontwikkelingslanden nog ontzettend veel bijdragen aan de ontwikkeling en infrastructuur; we bouwen er letterlijk landen op. Dat besef vind ik indrukwekkend en stimulerend.

**De Cambodjaanse cultuur is veel complexer dan ik aanvankelijk dacht.** Maar dat maakt het net boeiend, zo verrast worden door een cultuur. Daarom voel ik niet de behoefte om Vlaamse expatverenigingen op te zoeken. Ik ken hier uiteraard ook wel Vlamingen, maar nog liever leer ik de lokale bevolking kennen. Elke zondag studeer ik Khmer, omdat de taal de basis vormt van elke cultuur. Ondertussen beheers ik het nog niet perfect, maar ik begrijp wel waarover het gesprek gaat. Daardoor verkleint de kloof met de Cambodjanen aanzienlijk. Omdat ik hun cultuur respecteer en gedreven ben om me aan te passen, krijg ik ook respect terug.



**Paspoort:**



**Naam:**  
Kenn Meyfrootd

**Bedrijf:**  
7FTD CO., Ltd

**Sector:**  
bouw

**Functie:**  
Adviseur van de directie

**Studies:**  
professionele bachelor Bedrijfskunde: Marketing & Sales; academische master Handelswetenschappen: Strategisch Management

**Leeftijd:**  
26 jaar

**Zwemmen met slangen en krokodillen.** De kans is klein dat ik dat in Vlaanderen zou hebben gedaan. Niet dat ik hier vrijwillig baantjes trek met reptielen. Enkele maanden geleden kampten we met zeer zware overstromingen. Terwijl we door het water waadden, hoorde ik dat de krokodillen van een naburige grootgrondbezitter waren ontsnapt. Om de adrenalinestoot nog heftiger te maken: iemand anders vertelde me dat alleen de zichtbare slangen gevaarlijk zijn. Misschien was dat zijn manier om me gerust te stellen, maar ik hoef niet te vertellen hoe opgelucht ik was toen ik terug op het droge stond! Al is het achteraf natuurlijk wel een stoere anekdote om te vertellen.





Op 'speed tour' in Tel Aviv

“Wat te doen als je een paar uur vrij hebt in Tel Aviv? Het aanbod is enorm, en dat de klok rond. National Geographic gaf de veertien kilometer lange kuststrook in 2010 een plek in hun top tien van meest aantrekkelijke badsteden. Volgens Lonely Planet was Tel Aviv nummer drie van de tien steden die je moest gezien hebben in 2011. Bovendien staat Tel Aviv sinds 2003 op de Werelderfgoedlijst van UNESCO. Dus hoe kan je op korte tijd zo goed mogelijk proeven van deze fantastische stad?

Dat kan alleen met een razendsnelle 'speed tour'. Start op Rothschild Boulevard, de eerste laan die hier is aangelegd. Vergeet niet, in 1909 was Tel Aviv nog een stadje met amper zestig families. Vandaag telt ze ruim vierhonderdduizend inwoners en één miljoen pendelaars. Daardoor zijn vele gebouwen op Rothschild Boulevard opgetrokken in Bauhaus-stijl, ondertussen typerend voor Tel Aviv. Geniet in een van de vele cafés van een heerlijk glas wijn of bier.

Daarna heb je de keuze: zuidwaarts naar Neve Tzedek, de eerste wijk van de stad, en naar het oude Turkse treinstation met zijn gezellige restaurantjes, boetieks en charmante gebouwen? Of

Jacob Lempert  
Handelssecretaris Tel Aviv



#### Waar?

Kunstbeurs Nachalat Binyamin  
Nachalat Binyamin Street  
Dinsdag en vrijdag, van 10 tot 17 uur

trek je noordwaarts naar de haven van Tel Aviv, die weliswaar niet langer dienst doet als haven maar wel een toeristische trekpleister is? Als je het geluk hebt om op dinsdag of vrijdag in de stad te zijn, raad ik je sowieso de kunstbeurs Nachalat Binyamin aan vlakbij Carmel, een van de grootste markten van het land. Je ontdekt er de mooiste handgemaakte kunstwerkjes.

Terwijl je nageniet van je nieuwe vondsten, kan je vragen aan je reisagent of er geen latere vlucht beschikbaar is. In de buurt is immers een reusachtige winkel, vol met oude cult- en populaire films.”

Shalom!

## Boekentip

### De Exportwijzer van UNIZO Internationaal wijst u de weg

Kaat Verleye, Nathalie Rogiers

Export betekent voor vele ondernemers meer dan het louter uitvoeren van goederen en diensten. Productie ter plaatse, distributiecontracten, eigen verkoopkantoren ... Het gamma aan exportmogelijkheden blijft toenemen. Maar of u nu pas begint of al een poos internationaal onderneemt, u bent maar beter goed op de hoogte van reglementeringen, bronnen, verantwoordelijke instanties, steunmaatregelen enzovoort.

Deze publicatie van UNIZO Internationaal bundelt al die nuttige informatie, aangevuld met tientallen tips en getuigenissen van ervaren ondernemers. Achteraan is een uitgebreide appendix

met relevante websites voorzien, en een verklarende woordenlijst met courante exporttermen. Kortom, een handig en praktisch instrument.

#### Over de auteurs

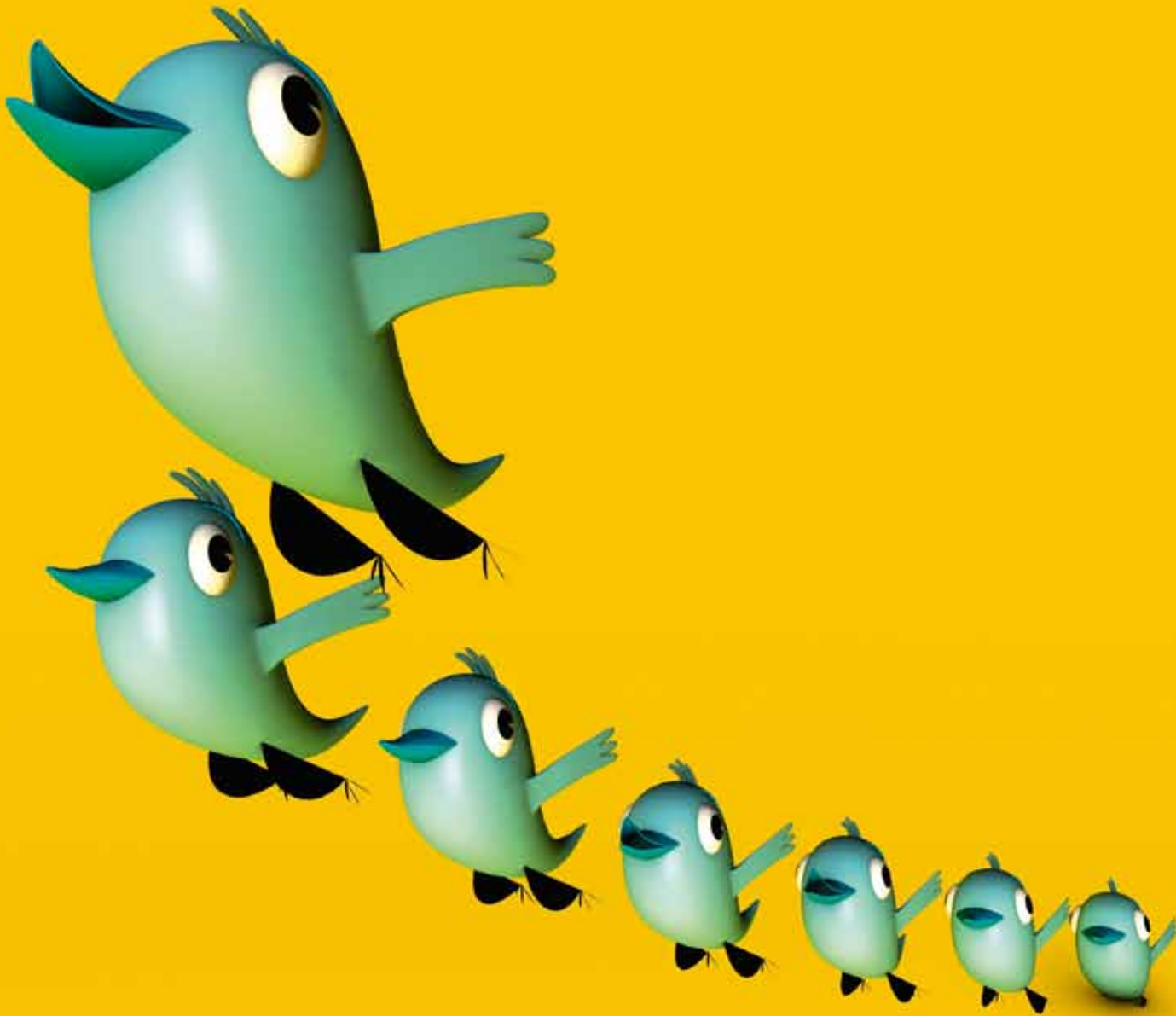
Kaat Verleye en Nathalie Rogiers zijn werkzaam bij UNIZO Internationaal. Deze organisatie is al meer dan twintig jaar actief in het informeren en begeleiden van internationaal actieve kmo's.

'De Exportwijzer van UNIZO Internationaal wijst u de weg'  
ISBN 978-94-9146-301-3  
Uitgeverij Minerva



@[ondernemers](#): geef uw #export vleugels op <http://twitter.com/fitagency>

about 1 hour ago via [twitterfeed](#) ☆ 🗑



<http://twitter.com/fitagency>



**Flanders Investment & Trade**

Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen