

Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

Augustus 2011 nr. 33



Magazine van Flanders Investment & Trade, Afijtelkantoor Leuven, P206 1/2 Gaucherestraat 90, 1030 BRUSSEL, tel. 02 504.87 11 fax 02 504.88 99 www.flandersinvestmentandtrade.be info@fiagency.be

Familiebedrijf Orfit Industries
wint Leeuw van de Export 2011

BEST, een robuuste winnaar
van de Leeuw van de Export
2011



- 3 Check-in
- 4 Familiebedrijf **Orfit Industries** wint Leeuw van de Export 2011
- 7 **BEST**, een robuuste winnaar van de Leeuw van de Export 2011
- 10 Chili biedt zakelijke **buitenkansen**
- 14 Radar
- 15 Logistiek: iets om mee **uit te pakken** in het buitenland
- 19 **Projecten 2011** via onze open projectoproep – in detail: A taste of Flanders
- 20 Leeuw van de Export 2011 en jaarlijks **netwerkevent** FIT
- 23 Is de volgende **Mark Zuckerberg** een Vlaming?
- 24 Multisectorale missie Midden-Amerika
- 25 België zendt zijn brouwers uit
- 26 **Lekkers** uit de wereld op FOODEX Japan 2011
- 26 Domotex Asia blijft hoog **scoren**
- 27 Present op lente-editie China Medical Equipment Fair 2011
- 27 Haven Genk: een logistieke estafette met **toekomst**
- 28 **Handelskansen** op het Iberische Schiereiland
- 29 Vertrek
- 30 Connectie
- 31 Check-out



Beste lezer,

Juni stond bij FIT helemaal in het teken van de Leeuw van de Export en ons jaarlijkse netwerkevent. De tiende editie van de Leeuw was de naam jubileum waardig: bijzonder sterke finalisten, talrijke aanwezigen, een mooie locatie en twee verdiende winnaars. In dit nummer vindt u een gesprek met de kersverse Leeuwen van de Export 2011: Orfit Industries, in de categorie 'Bedrijven met minder dan 50 medewerkers', en BEST, in de categorie 'Bedrijven met minstens 50 medewerkers'. Ik wil hen in naam van FIT nogmaals van harte feliciteren. Ook de andere vier genomineerden – ADAM Software, Clear2Pay, Newtec Cy en Skyline Communications – willen we bedanken voor hun deelname en veel succes wensen met hun verdere, ongetwijfeld mooie, exportverhaal.

In zijn speech tijdens de prijsuitreiking citeerde Vlaams minister-president Kris Peeters de Chinese filosoof Lieh Tzu: "Andere mensen reizen om te zien wat er te zien valt, maar ik reis om te zien hoe de dingen veranderen". Zo gaf hij aan dat hij tijdens zijn economische zendingen telkens weer ziet hoe de wereld verandert. In de afgelopen jaren zette de globalisering zich in sneltempo door en dat blijft nog wel even duren.

De enorme groei in de BRIC-landen en andere veelbelovende markten tonen aan dat de economische wereldorde aan het verschuiven is. Vlaanderen moet zijn economie daarop afstemmen, want onze toekomst ligt op de internationale markten. Vlaamse ondernemers kunnen niet anders dan internationaliseren, zo veel is zeker. U bent alvast op goede weg, Vlaanderen is de twaalfde grootste exporteur ter wereld, maar er blijft werk aan de winkel. Boeiend werk, waarin we u graag optimaal ondersteunen, zodat uw positie op de exportmarkt nog sterker wordt.

Ik wens u veel leesplezier,

Claire Tillekaerts
Algemeen directeur



Familiebedrijf Orfit Industries wint Leeuw van de Export 2011

In de categorie 'Bedrijven met minder dan 50 medewerkers' won Orfit Industries de Leeuw van de Export 2011. Terecht, want export vertegenwoordigt maar liefst 98% van hun zakencijfer. De producten vinden hun weg naar professionele eindgebruikers in 71 landen, verspreid over alle continenten. Van bij het begin in 1991 koos het familiebedrijf in Wijnegem resoluut voor een internationale aanpak. En dat werpt vruchten af. Onze felbegeerde prijs Leeuw van de Export bekroont die exportprestaties, gerealiseerd door de 48 medewerkers bij Orfit Industries.

Weinig bedrijfsleiders zullen verkondigen dat u maar beter niet in aanraking komt met hun producten, maar Steven Cuypers, CEO Orfit Industries, vormt hierop een uitzondering. Het bedrijf ontwikkelt, produceert en verkoopt immers medische hulpmiddelen. In thermoplastische polymeren vervaardigen ze spalkmaterialen, immobilisatiesystemen voor kankerpatiënten die worden bestraald en plaatmateriaal voor prothesekokers voor patiënten die een amputatie moeten ondergaan.

Samen met Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationaal Ondernemen bij FIT, sprak Wereldwijs de dag na de prijsuitreiking met Steven Cuypers.

Kers op de taart

Dirk Van Steerteghem: "Nogmaals proficiat! Je zoon Matthias sprong een gat in de lucht toen minister-president Kris Peeters bekendmaakte dat Orfit Industries de Leeuw van de Export 2011 had gewonnen. Hoe waren de andere reacties?"

Steven Cuypers:

"Gemiddeld 12 tot 15% van onze omzet investeren we elk jaar opnieuw in onze productontwikkeling."

Steven Cuypers: "We hebben al veel fantastische berichtjes en felicitaties gekregen. De sms'jes en e-mails houden niet



→ ID

- **Bedrijf:** Orfit Industries
- **Gevestigd in:** Wijnegem
- **Aantal medewerkers:** 48
- **Omzet in 2010:** ongeveer 11,6 miljoen euro, waarvan 98% gerealiseerd is in het buitenland
- **Dochterbedrijf:** Orfit Industries America in New York, VS
- **Verkoopkantoren:** Duitsland, Frankrijk en, later dit jaar, in Brazilië
- **Aanwezig in:** 71 landen
- **Leeuw van de Export 2011** in de categorie 'Bedrijven met minder dan 50 medewerkers'

op. Ook de persaandacht is fijn, want zo verhoogt onze naambekendheid in Vlaanderen. Dat was een van de redenen waarom we hebben deelgenomen aan deze wedstrijd. Misschien houden we aan onze overwinning een nieuwe klant over, of – liever nog – nieuwe collega's. Nog belangrijker zijn de erkenning en waardering die van deze prijs uitgaan naar onze medewerkers. Op het feestje dat we organiseren ter ere van deze titel wil ik dan ook benadrukken waarom we als bedrijf succesvol zijn, welke belangrijke rol eenieder daarin speelt en hoe we dat in de toekomst zullen blijven aanpakken. Tenslotte zijn het onze medewerkers die dag in dag uit uitstekend presteren, wij bieden alleen een zo goed mogelijk kader."

Steven Cuypers:
"Als bij ons de telefoon rinkelt, is het gesprek zelden in het Nederlands."

Dirk Van Steerteghem: "Kwam de overwinning als een verrassing?"

Steven Cuypers: "We hadden het uiteraard wel gehoopt, maar het blijft afwachten natuurlijk. Toen Kris Peeters voorlas dat het winnende bedrijf sterk verankerd was in Vlaanderen, begon ik iets te vermoeden, maar uiteindelijk gold dat voor alle genomineerden."

Dit was onze derde deelname aan de Leeuw van de Export, maar het was de eerste keer dat we tot de finale konden doorstoten. Eigenlijk waren we pas bij deze editie echt klaar om deel te nemen. Voor 2010 en de voorafgaande jaren konden we mooie resultaten voorleggen, telkens met betere cijfers. We zijn bijzonder blij dat we zijn geselecteerd uit de vele kandidaten. Dat we deze jubileumeditie hebben gewonnen, betekent veel voor ons."

Vlaamse wereldspeler

Dirk Van Steerteghem: "Ook de duidelijke exportkoers, gecombineerd met een sterke risicobeheersing en een doorgedreven innovatiepolitiek, kon op de goedkeuring van de jury rekenen. Kan je dat toelichten?"

Steven Cuypers: "Export is al sinds de start van Orfit Industries een fundamenteel onderdeel van onze activiteiten – we zijn een born global – het zit ingebakken in ons professionele DNA. Het algemene beleid van onze onderneming ondersteunt de krachtlijnen van onze exportstrategie. Meer zelfs, onze hele bedrijfsstructuur en -cultuur zijn afgestemd op



Boven: Steven Cuypers en moderator Wim De Vilder op de prijsuitreiking.

export. Al onze medewerkers denken internationaal, niet alleen onze export managers. Als bij ons de telefoon rinkelt, is het gesprek zelden in het Nederlands. Vragen uit Thailand of Zimbabwe worden even snel en vlot behandeld als vragen uit pakweg Frankrijk.

Ik kan niet genoeg beklemtonen hoe belangrijk een welomlijnde exportstrategie is, want daarvan hangen zware investeringen af. Die moeten op een juiste en verantwoorde manier worden uitgevoerd. Orfit Industries groeit op alle vlakken: omzet, export en personeel. In de drie segmenten waarin we actief zijn – fysieke revalidatie, radiotherapie en orthopedie – zijn we wereldwijd het nummer twee. Die voortdurende groei hebben we onder meer te danken aan onze focus op O&O. Gemiddeld 12 tot 15% van de omzet investeren we elk jaar opnieuw in productontwikkeling. Ongeveer een kwart van onze medewerkers is erbij betrokken."

Steven Cuypers:
"Hoewel we al meer dan twintig jaar actief zijn in China, blijft zakendoen er een grote uitdaging."

Dirk Van Steerteghem: "Wat onderscheidt Orfit Industries van de concurrentie?"

Steven Cuypers: "We investeren niet alleen in innovatie, we zetten die innovatieve technologieën om in producten met het hoogste kwaliteitsniveau. Bovendien staan we sterk in het internationaal vermarkten van die producten en geven we wereldwijd opleidingen. De feedback die

we van de lokale markten krijgen, verwerkt onze O&O opnieuw. Geen andere concurrent doorloopt die volledige cirkel."

Steven Cuypers:
"Misschien houden we aan onze overwinning een nieuwe klant over, of – liever nog – nieuwe collega's. Nog belangrijker zijn de erkenning en waardering die van deze prijs uitgaan naar onze medewerkers."

Concurrentieel door innovatie

Dirk Van Steerteghem: "Hoe ziet het concurrentieveld eruit?"

Steven Cuypers: "Onze professionele rivalen zijn een paar grote, beursgenoteerde Amerikaanse bedrijven, een à twee kleine ondernemingen in Europa en een handvol Chinese bedrijven. Die laatstgenoemden doen dat nota bene met kopieën van onze producten! Hoewel we al meer dan twintig jaar actief zijn in China, blijft zakendoen er een grote uitdaging. Ook al beschermen we onze intellectuele eigendommen door middel van octrooien in Europa, de VS, Japan en China, voor sommige Chinese ondernemers heeft dat geen enkele waarde. Alleen door innovatief te blijven, kunnen we weerwerk bieden. Ook de positie van de Amerikaanse dollar en het tekort aan grondstoffen – dat gepaard gaat met een stijging van de grondstofprijzen – zijn zaken die Orfit nauwlettend in de gaten houdt."

Dirk Van Steerteghem: "Hoe wapent Orfit Industries zich tegen die uitdagingen?"

Steven Cuypers: "We voeren een permanente politiek van kostenverlaging, we zetten in op productdiversificatie en we investeren in het hergebruik van productieafval, de zogenaamde 'pre-consumer waste'. Terwijl dat vroeger in de afvalcontainer belandde, hergebruiken we dat nu als grondstof. Die 're-grind'-materialen hebben een aanvaardbaar kwaliteitsniveau, maar ze zijn kostenefficiënter in productie. We gebruiken ze vooral in prijsbewuste landen zoals Iran, China, Bolivia en sinds kort ook in Cuba. Door die kwaliteit en innovaties onderscheiden we ons van de concurrentie en kunnen we ze ook te lijf gaan. Bovendien is het een win-winsituatie: we produceren een pak duurzamer en meer patiënten krijgen toegang tot onze producten."

Nieuwe markten, nieuwe producten

Dirk Van Steerteghem: "Jullie zijn aanwezig in 71 landen, verspreid over alle continenten. Naast het dochterbedrijf in de VS heeft Orfit Industries verkoopkantoren in Duitsland en Frankrijk. Binnenkort volgt Brazilië. Wereldwijd werken jullie samen met 107 distributeurs. Hoe worden nieuwe markten aangeboord?"

Steven Cuypers: "We nemen zeer actief deel aan gespecialiseerde beurzen, congressen en economische missies, dikwijls met steun van FIT. De Vlaamse Economische Vertegenwoordigers van FIT zijn goud waard. Het is onze verantwoordelijkheid dat we hun maximale input geven, zodat ze exact weten wat we zoeken. Zo haal je het maximum uit de samenwerking. Nieuwe markten bezoek ik eerst zelf, omdat ik die persoonlijk wil ervaren. In veel culturen staan potentiële partners er bovendien op om de bedrijfsleider te spreken. De prinselijke missies zijn hiervoor zeer geschikt. Nadien gaan onze export managers voluit voor elke opportuniteit op de exportmarkten en versterken ze er onze positie. We kozen er ook voor om de eindgebruikers – zoals paramedici en artsen – zelf op te leiden. Zo creëren we een market pool waarbij distributeurs zelf vragen of ze onze producten mogen verdelen."

Dirk Van Steerteghem: "Het belang van O&O en productdiversificatie is al aangehaald. Introduceert Orfit Industries binnenkort nieuwe producten op de markt?"

Steven Cuypers: "Samen met de VUB en met steun van het Agentschap voor Innovatie door Wetenschap en Technologie (IWT) hebben we onderzoek gevoerd naar nieuwe materialen op basis van nanotechnologie. Drie jaar en een investering van 1,5 miljoen euro later zijn we nu in de klinische testfase van drie producten. In het najaar zullen we die introduceren op de markt. Het nieuwe materiaal is de helft lichter in gewicht. Zo verkleint onze ecologische voetafdruk opmerkelijk, want we hebben minder grondstoffen en transportvolume nodig."

Derde generatie

Dirk Van Steerteghem: "Twee jaar geleden kwam ook je zoon Matthias aan boord van het bedrijf. Is het bij de familie Cuypers al Orfit Industries wat de klok slaat?"

Steven Cuypers: "Dat was vroeger meer zo. Enkele jaren geleden hebben we een verregaande professionalisering doorgevoerd, waarbij we een duidelijke taakverdeling hebben vastgelegd. Mijn vrouw is verantwoordelijk voor het financiële, administratieve, logistieke gedeelte en voor HR. De algemene leiding van het bedrijf, de marketing, de verkoop en O&O zijn mijn werkterreinen. Matthias is onze export manager Latin America. Hij is onze zoon, maar het is niet daarom dat hij de job heeft gekregen. Wel omdat hij over het juiste diploma en de vereiste kwaliteiten beschikt. Hij spreekt vloeiend Spaans en Portugees, hij staat open voor andere culturen en is sociaal. Bovendien is zijn geestdrift torenhoog. Binnenkort gaat hij voor langere tijd naar São Paulo om er ons verkoopkantoor uit te bouwen. Het ziet er dus naar uit dat ons familiebedrijf minstens nog een generatie blijft bestaan."

🔗 Bent u klaar voor de volgende stap in het internationaliseringsproces?

Neem dan contact op met uw provinciaal kantoor. Op www.flandersinvestmentandtrade.be vindt u in de rubriek 'Onze dienstverlening' alle adressen en contactinfo.



BEST, een robuuste winnaar van de Leeuw van de Export 2011



Voor het eerst in de geschiedenis mag een bedrijf zich voor de tweede keer Leeuw van de Export noemen. BEST bewees in 2005 al dat het zijn mannetje kon staan op de internationale markten, en ook ditmaal is de bekroning meer dan terecht. Meer dan ooit streeft het bedrijf ernaar om alles te kunnen sorteren: voedingsmiddelen, tabak en een toenemend aantal materialen – zoals compost en electronic waste – voor de groeiende recyclagemarkt. Maar de echte core business van BEST is export: 97% van de groepsomzet wordt in het buitenland gerealiseerd. Toch blijft de onderneming zijn vergaarde kennis stevig verankeren in Vlaanderen. Die combinatie staat garant voor een oneindig groeverhaal, bewijst BEST.

Daags na de prijsuitreiking beseft Bert Van der Auwera, medestichter en CSO van BEST, het nog altijd niet goed: zijn bedrijf heeft voor de tweede keer de Leeuw van de Export gewonnen. Of hij het dan niet verwacht had? "Ik vreesde voortdurend dat de jury ons niet sexy genoeg zou vinden", lacht het prijsbeest. "Sorteermachines zijn nu eenmaal nogal – euhm – robuust." Ook bij deze kersverse Leeuw peilden Wereldwijs en Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationaal Ondernemen bij FIT, naar de rest van het verhaal: eerste reacties, gerealiseerde prestaties en ambitieuze toekomstplannen.

Witte raven mogen zich melden

Dirk Van Steerteghem: "BEST kaapte in 2005 voor het eerst de Leeuw van de Export weg, en zes jaar later is het opnieuw zover. Waarom hebben jullie beslist om voor een tweede keer mee te dingen naar de prijs?"

Bert Van der Auwera: "Hoe meer je inzet op internationalisering, hoe meer kans dat je eigen thuisbasis op den duur vergeet wie je bent. Dat

wilden we absoluut vermijden. BEST is stevig verankerd in Vlaanderen, en streeft er voortdurend naar om zijn plaatselijke netwerk van toeleveranciers, wetenschappers en consultants uit te bouwen. Alleen zo kunnen we onze toekomstige groei blijven garanderen. Naambekendheid is dus mooi meegenomen. Uiteraard betekent de Leeuw van de Export 2011 ook een enorme opsteker voor ons eigen personeel, dat elke dag opnieuw zijn grenzen verlegt. Het zijn witte raven die bij BEST aan de slag zijn: mensen met technische profielen, die bereid zijn om vaak te reizen voor het werk en bovendien ook communicatief erg sterk zijn. Je begrijpt dat het steeds moeilijker wordt om nieuwe werknemers te vinden die uit datzelfde hout gesneden zijn. Misschien melden ze zich nu spontaan aan bij BEST, dankzij de buzz die de Leeuw van de Export creëert. Ook dat was een belangrijke overweging bij de beslissing om voor een tweede keer onze kans te wagen.”

Bert Van der Auwera:
“De verkoop van sorteermachines kan je misschien nog het best vergelijken met het aan de man brengen van auto’s: mensen raken pas echt gecharmeerd door een bepaald model als de verkoper er een overtuigend verhaal rond breit.”

Dirk Van Steerteghem: “BEST heeft intussen zeven vestigingen in het buitenland, ook buiten de EU. Werven jullie ook daar personeel aan?”

Bert Van der Auwera: “Meer en meer, want BEST is een internationaal bedrijf in hart en nieren. We zijn actief in 60 landen. Dat betekent dat we zakendoen met tal van verschillende nationaliteiten. Als Vlaaming is het onmogelijk om met al die culturen even vertrouwd te zijn. Vandaar dat we ernaar streven om ons personeelsbestand, evenzeer als onze business, te internationaliseren. Het fundament van onze business is namelijk ons rechtstreekse contact met de klanten, via een uitgebreid wereldwijd netwerk van agenten. De verkoop van sorteermachines kan je misschien nog het best vergelijken met het aan de man brengen van auto’s: mensen raken pas echt gecharmeerd door een bepaald model als de verkoper er een overtuigend verhaal rondbreit.”

Bert Van der Auwera:
“Van flitsende communicatie, van Twitter of aanverwanten zijn we koele minnaars. Daar maak je nu eenmaal geen nieuwe business mee – zeker niet in het buitenland.”

Face to face

Dirk Van Steerteghem: “Zo komen we als vanzelf terecht bij de innovatieve marketingstrategie van BEST, waar de jury zo van onder de indruk was. Kan je dat toelichten?”

Bert Van der Auwera: “Het is veelbetekend dat hier het woord ‘innovatief’ wordt gebruikt voor iets dat we bij BEST intussen als de evidentie zelf beschouwen: persoonlijk contact, alweer. Van flitsende communicatie, van Twitter of aanverwanten zijn we koele minnaars. Daar maak je nu eenmaal geen nieuwe business mee – zeker niet in het buitenland. BEST moet het hebben van zijn Area Sales Managers, die tussen de 80 en 120 dagen per jaar de wereld rond reizen, en van ons ijzersterk netwerk van agenten ter plaatse. Allemaal mensen die hun voelsprietten uitsteken, die vertrouwen inboezemen, die veldwerk verrichten. Kortom, ze zijn helemaal één met sorteermachines. Belangrijke nuance: ze zijn één met de sorteermachines van BEST. We gaan enkel in zee met agenten die uitsluitend onze eigen productlijnen verkopen. Daar krijgen ze heel wat voor terug. Om de twee jaar nodigen we al onze agenten uit voor een driedaags seminarie over onze producten, markten en concurrenten. Natuurlijk worden bij die gelegenheid ook de persoonlijke banden versterkt. Dat is enorm belangrijk om een boost te geven aan ons sales netwerk. Alle geledingen van BEST werken mee aan die driedaagse seminars: engineering introduceert nieuwe technologieën, productie zorgt voor de demonstraties en de serviceploeg organiseert brainstormsessies. Het evenement wordt stevast afgesloten met een groots festijn, dat helemaal in het teken van een bepaald thema staat. Een ideale manier om voldoende positieve energie aan te leggen voor de volgende twee jaar.”

De Chinese muur

Dirk Van Steerteghem: “BEST heeft sinds kort ook vestigingen in China. Op de uitreiking van de Leeuw van de Export 2011 had je het in dat verband over een symbolische Chinese muur. Is het zo



Boven: Bert Van der Auwera op de prijzuitreiking.

moeilijk zakendoen in het Verre Oosten?”

Bert Van der Auwera: “Nee, zo bedoelde ik het niet. In om het even welk land waar je als exporteur je eerste passen waagt, moet je symbolische muren slopen eer je er echt kan groeien. De moeilijkheid bestaat erin dat die muur er in elk land anders uitziet. In Turkije bijvoorbeeld, waar BEST zijn allereerste sorteermachine ooit heeft verkocht, is taal een belangrijke barrière om te overwinnen. In de VS hebben we dan weer moeten ondervinden dat lokale productie cruciaal is, want Amerikanen vertrouwen geen dingen die worden ingevoerd. In China, ten slotte, komt het erop aan een sterk netwerk van lokale contactpersonen uit te bouwen. En dat vraagt erg veel tijd. Een uitdaging, met andere woorden, want ondertussen verandert de wereld in een razendsnel tempo. Maar het loont de moeite, want de snelst groeiende markten bevinden zich

Bert Van der Auwera:
“Onze sorteermachines zijn vrij complex. Al die bijzondere kennis hebben we opgebouwd in Vlaanderen, en dat verhuis je niet zomaar naar een ander land.”

duidelijk buiten de EU. In China alleen al is er de jongste jaren een massa van 400 miljoen supermarktconsumenten ontstaan. Die mensen eten niet langer groenten die ze zelf hebben gekweekt; ze kopen ze voortaan in de winkel. Dat betekent dat almaar meer Chinezen kwaliteit op hun bord willen, en daarbij spelen de sorteermachines van BEST een belangrijke rol. Logisch dus dat onze business buiten de EU in de toekomst alleen nog maar zal groeien.”

Dirk Van Steerteghem: "Een duidelijk plan. Welke ambities koestert BEST nog voor de toekomst?"

Bert Van der Auwera: "Tot hiertoe zijn we er telkens in geslaagd om om de vijf jaar onze omzet te verdubbelen, en op dat elan willen we verdergaan. Stilaan groeit het vertrouwen bij BEST. In ons vijftienjarige bestaan hebben we al heel wat stormen overleefd: 9/11, de crisis, noem maar op. Wat kan ons dan nog tegenhouden?"

Dirk Van Steerteghem: "Elk bedrijf komt telkens ook nieuwe uitdagingen tegen op zijn weg. Wat zijn die van BEST, momenteel?"

Bert Van der Auwera: "De euro speelt in ons nadeel wegens de slechte koersverhouding ten opzichte van de dollar. Een belangrijke concurrent van BEST is Amerikaans en haalt daar dus alle voordelen uit. Ook dat was voor ons een reden om te beginnen met productie in de VS zelf."

Oost west, thuis best?

Dirk Van Steerteghem: "Bestaat de kans dat BEST ooit wegtrekt uit Vlaanderen?"

Bert Van der Auwera: "In China komt het erop aan een sterk netwerk van lokale contactpersonen uit te bouwen. En dat vraagt erg veel tijd. Een uitdaging, want ondertussen verandert de wereld in een razendsnel tempo."

Bert Van der Auwera: "Dat zou buitengewoon dom zijn. Onze sorteermachines zijn vrij complex. Al die bijzondere kennis hebben we opgebouwd in Vlaanderen, en dat verhuis je niet zomaar naar een ander land. Bovendien werkt BEST zeer nauw samen met Vlaamse universiteiten en onderzoeksinstituten. Ook dat wis je niet zomaar uit. Het zijn samenwerkingsverbanden waar BEST duidelijk de vruchten van plukt: innovatie is voor ons primordiaal, willen we de concurrentie vóór blijven."

Dirk Van Steerteghem: "Sinds 2008 bundelt BEST de krachten met de Vlaamse financieel-industriële holding Pentahold, die iets meer dan de helft van jullie bedrijfskapitaal in handen heeft. Is een dergelijk samenwerkingsverband een must om het te maken in het buitenland?"

Bert Van der Auwera: "Moeilijk te zeggen, want elk bedrijf is anders. Bij BEST is het in elk geval zo dat we dankbaar gebruik maken van het netwerk dat zich achter Pentahold bevindt. De holding is daarnaast ook ons klankbord, wat goed tot uiting komt in de raad van bestuur van BEST: de helft van de zitjes is voorbehouden voor Pentahold, de andere helft voor ons. Een neutrale bestuursvoorzitter treedt op als scheidsrechter als er bij BEST moeilijke knopen moeten worden doorgehakt."

Dirk Van Steerteghem: "Een vraag om mee af te sluiten: zal BEST nog een derde keer meedingen naar de Leeuw van de Export?"

Bert Van der Auwera: "Natuurlijk! Binnen zes jaar zijn we er weer. Of nee, laten we de anderen maar eens een kans geven." (lacht)



Boven: Bert Van der Auwera

→ ID

- **Bedrijf:**
BEST (Belgian Electronic Sorting Technology)
- **Gevestigd in:**
Leuven
- **Aantal medewerkers:**
245
- **Omzet in 2010:**
ruim 72,6 miljoen euro, waarvan 97 % werd gerealiseerd in het buitenland
- **Eigen vestigingen:**
België, Nederland, Turkije, Spanje, VS, Hong Kong, China en Japan
- **Aanwezig in:**
60 landen
- **Leeuw van de Export 2005**
in de categorie 'Best Performer'
- **Leeuw van de Export 2011**
in de categorie 'Bedrijven met minstens 50 medewerkers'

🔗 Bent u klaar voor de volgende stap in het internationaliseringsproces?

Neem dan contact op met uw provinciaal kantoor.

Op www.flandersinvestmentandtrade.be vindt u in de rubriek 'Onze dienstverlening' alle adressen en contactinfo.

Chili biedt zakelijke buitenkansen

Dankzij solide, transparante en snelgroeiende economie

Jarenlang hield een militaire dictatuur Chili strak in haar ijzeren greep. In 1990 keerde de democratie terug in het Zuid-Amerikaanse land. Sindsdien is de Chileense economie uitgegroeid tot een van de meest geliberaliseerde open economieën ter wereld. Dat schept kansen voor buitenlandse ondernemers, ook voor Vlaamse. Hoe ze dat best aanpakken, vroegen we aan onze Vlaamse Economische Vertegenwoordiger Alexis Bossuyt, sinds 2009 op post in Santiago.

Rechts: het astronomische observatorium van La Silla.

Onder: het nationale park Laguna San Rafael.



Eind februari 2010 was Chili wereldwijd voorpaginanieuws. Het land werd toen getroffen door een aardbeving van 8,8 op de schaal van Richter. Hoe erg waren de gevolgen van deze natuurramp?

Alexis Bossuyt: "Naast de vele honderden slachtoffers was de materiële schade enorm. Ik zat op dat moment in het buitenland, maar amper een week na de desastreuze feiten kon ik alweer terugvliegen naar Chili. Op korte tijd waren de grootste herstelingswerken aan het wegennetwerk al uitgevoerd, zodat de belangrijkste steden van Chili opnieuw bereikbaar waren. Een treffende illustratie van de Chileense efficiëntie."

"Economisten voorspellen een gemiddelde groei van 5,1% in de periode 2011-2015."

Bij alle lagen van de bevolking zag ik een enorm solidariteitsgevoel. Scholen, ngo's, kerken en bedrijven organiseerden geld- en voedselinzamelacties om de bevolking in de ergst getroffen gebieden te helpen. De Chileense overheid richtte een Fonds voor de Heropbouw op en nam tal van fiscale maatregelen. Daarnaast schreef ze met succes een staatslening uit en herschikte ze haar begroting. Ook de wetgeving rond concessies werd vereenvoudigd en versoepeld, zodat infrastructuurwerken sneller konden worden uitgevoerd."

Deze natuurramp viel samen met de wereldwijde economische en financiële crisis. Kon de Chileense overheid voldoende bescherming en vooruitgang bieden?

Alexis Bossuyt: "Kenmerkend voor de Chileense economie is dat ze zeer geliberaliseerd en open is. De Chileense overheid beperkt zich tot enkele kernopdrachten, in tegenstelling tot veel van haar Europese tegenhangers. Vele diensten die bij ons in handen van de overheden zijn, zijn hier volledig gepri vatiseerd. Het wegennet, bijvoorbeeld, is in Chili in privéhanden en dat werkt schitterend. Omdat de Chileense financiële sector minder in risicoproducten had geïnvesteerd, bleef het land gespaard van de meest nefaste gevolgen van de financiële crisis. Kortom, dankzij een rigoureuze fiscaal beleid, een gezond financieel beheer en contracyclische macro-economische maatregelen heeft Chili de crisis en de gevolgen van de aardbeving vrij goed doorstaan. Het beste bewijs van het snelle herstel is de groei van 5,2% die Chili in 2010 optekende."

De marktsituatie ziet er dus rooskleurig uit?

Alexis Bossuyt: "Economisten voorspellen een gemiddelde groei van 5,1% in de periode 2011-2015. Dit en volgend jaar zal de groei het sterkst zijn, dankzij het heropbouwprogramma post-aardbeving, een absolute prioriteit van de overheid. Voorts verkondigde president Pinera in zijn eerste beleidsverklaring dat hij in de volgende vijf jaar één miljoen arbeidsplaatsen wil creëren. De werkloosheid kent in elk geval een dalende trend. Al die elementen doen het beste vermoeden voor de Chileense economie."

Kunnen Vlaamse ondernemers daar een graantje van meepikken?

Alexis Bossuyt: "Zeker! Chili heeft 22 vrijhandelsakkoorden, ook met de EU. Daardoor kunnen nagenoeg alle Vlaamse producten vrij van invoerrechten worden geëxporteerd naar Chili. Bovendien is sinds 1 januari 2011 het dubbelbelastingverdrag tussen Chili en België van kracht.

In de afgelopen twee jaar is de Chileense peso ongeveer 25% in waarde gestegen tegenover de euro. Dat zorgt ervoor dat Vlaamse ondernemers hun kwalitatieve producten nu tegen meer competitieve prijzen kunnen aanbieden op de lokale markt. In de IMD World Competitiveness Index 2011 steeg Chili naar de 25ste plaats. Zo behoort het land tot 's werelds meest competitieve economieën.

Vlaamse ondernemers die de stap naar Latijns-Amerika overwegen, kan ik geruststellen. Chili kent een stabiel politiek en economisch klimaat. Het kent geen corrupte overheid en er is een duidelijke, transparante wetgeving. Vele Vlaamse ondernemingen zoals Bekaert, Groep Machiels en Puratos doen al langer succesvol zaken in Chili."

Chili heeft 22 vrijhandelsakkoorden, ook met de EU. Daardoor kunnen nagenoeg alle Vlaamse producten vrij van invoerrechten worden geëxporteerd naar Chili.

In welke sectoren liggen duidelijk kansen voor Vlaamse ondernemers?

Alexis Bossuyt: "Naast de mijnbouw, waarin de komende jaren miljoenen dollars worden geïnvesteerd, verwacht ik dat vooral de retail en de horeca aanzienlijk zullen groeien. Supermarkten schieten hier als paddenstoelen uit de grond. Dit jaar wordt een 15% hoger verkoopcijfer verwacht in de retail. Daar zijn zeker opportuniteiten voor Vlaamse ondernemers die actief zijn in de voedingsindustrie. De interesse in typisch Belgische producten zoals diepvriesfrietten en andere aardappelproducten, chocolade en koekjes, is groot. Uiteraard zal, door de plannen in het heropbouwprogramma na de aardbeving, de activiteit in de bouw- en constructiesectoren gevoelig toenemen. Ik heb het hier niet alleen over de grote infrastructuurwerken, maar ook over de vastgoedsector. Naast de tweejaar-



Boven: Alexis Bossuyt

lijkse bouw- en constructiebeurs Edifica wordt dit jaar voor het eerst een extra Feria Construye georganiseerd. Dat is een teken aan de wand. Voorts starten volgend jaar de uitbreidingswerken aan de haven van San Antonio. Daarmee is een bedrag van ongeveer 400 miljoen dollar gemoeid. In de periode 2010-2014 zal de overheid bijna 1.600 miljoen dollar investeren in nieuwe ziekenhuizen. De eerste editie van de beurs Expo Hospital, afgelopen juni, paste in dat kader.

Onder impuls van de groei van de mijnbouw zal ook het aantal projecten rond hernieuwbare energie toenemen. Chili wil tegen 2020 het aandeel hernieuwbare energie in de totale energievoorraad verhogen tot 20%, vandaag is dat slechts 3,4%.

Tot slot neemt Chili een leiderspositie in Latijns-Amerika in op het gebied van technologische ontwikkeling. De Chileense interesse voor kwalitatieve innovatieve producten en diensten is dan ook groot."

Hoe betreden Vlaamse ondernemers best de Chileense markt?

Alexis Bossuyt: "Voor je de Chileense markt benadert, raad ik ten eerste aan ervoor te zorgen dat er binnen de onderneming een contactpersoon is die Spaans spreekt. Zorg er ook voor dat je over productinformatie in het Spaans beschikt. Daarna is een grondige marktstudie aangewezen.

Het is belangrijk dat je een duidelijk beeld hebt van het type klant of importeur dat je zoekt. Bezoek een lokale vakbeurs, maak een prospectiereis. Ons kantoor in Santiago kan daarvoor een afspraken-

programma opstellen. Mijn collega's uit andere landen hebben het in deze rubriek al vaker aangehaald, maar persoonlijk contact is echt cruciaal! Het is zinloos om mailings te sturen naar potentiële Chileense klanten, zelfs als je ze persoonlijk aanschrijft. Die berichten belanden meestal ongelezen in de spamfolder.

In een verder stadium is het essentieel dat alle exportdocumenten en fytosanitaire certificaten volledig in orde zijn en dat aan alle wettelijke vereisten is voldaan. De Chileense overheid is zeer formalistisch ingesteld en de samenleving is zeer hiërarchisch. Daarom zullen ondergeschikten weinig flexibiliteit aan de dag leggen, ook al gaat het om details."

"Chili is een goede keuze: een stabiel politiek en economisch klimaat, geen corrupte overheid en een duidelijke, transparante wetgeving."

Hoe zijn de sectoren regionaal verdeeld?

Alexis Bossuyt: "In het noorden bevinden zich talrijke mijnbouwbedrijven en 's werelds grootste commerciële belastingvrije zone: Iquique. Het commerciële en financiële hart klopt in de hoofdstad Santiago, vooral de retail neemt er zienderogen toe. Net onder Santiago, in de streek rond Talca, is de agrarische sector gevestigd, met tal van wijngaarden, vee- en fruitteeltbedrijven. Deze industrie is goed voor 20% van de nationale werkgelegenheid en 18% van de totale export."



Boven: Santiago - Chili

In welke mate verschilt de zakelijke cultuur in Chili van de onze?

Alexis Bossuyt: "Aan een gegeven woord hechten Chilezen minder belang, dus mondelinge afspraken laat je best op papier bevestigen. Het ligt in hun aard om nooit 'nee' te zeggen. Wees daar attent voor en leer aanvoelen hoe groot de interesse daadwerkelijk is. Gezien hun respect voor hiërarchie is het aangewezen om afspraken te prikken met een decision maker. Hier komt een goed contact met de secretaresse – die meestal alleen het Spaans machtig is – van pas, aangezien zij (of hij) de agenda bepaalt en afspraken vastlegt. Chilezen zijn vrij formeel. Arriveer tijdig op een afspraak en kleeft je verzorgd en zakelijk. Vermijd gesprekken over politiek, dat ligt nog gevoelig. Een verwijzing naar de prachtige natuur, de uitstekende wijnen of de efficiënte werking van hun samenleving zijn dan weer wel goede introducties tot een zakengesprek. In Chili is er het spreekwoord 'Contactos valen más que dinero': een netwerk is waardevoller dan geld. Ook hier moet je je netwerk verzorgen, dat is van onschatbare waarde."

“Contactos valen más que dinero’: een netwerk is waardevoller dan geld.”

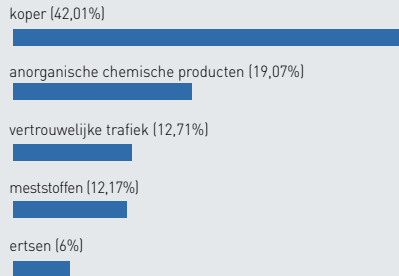
Wat importeert Vlaanderen uit Chili?

Alexis Bossuyt: "Ondanks de wereldwijde economische en financiële crisis kende de import uit Chili in 2009 een rondt spectaculaire stijging van ruim 65%. In 2010 stegen onze aankopen in het Andesland nog eens met bijna 50%, goed voor ongeveer 748 miljoen euro. In vergelijking met 2003 was dat een vijfvoudiging van de invoer uit Chili. Het land is ondertussen opgerukt naar de 39ste plaats als leverancier van Vlaanderen. Bovendien is het aandeel van Chili in de totale Vlaamse import gestegen tot 0,30%. In 2009 was dat nog 0,24%."

Drie sectoren waren verantwoordelijk voor de sterke toename van de invoer uit Chili: de vertrouwelijke trafiek (+76,46%), de chemische en farmaceutische producten (+66,45%) en de onedele metalen (+74,18%). Deze laatste industrietaak was in 2010 zelfs goed voor maar liefst 42% van de Vlaamse invoer uit Chili. De invoerstijging van voedingsproducten en dranken (+2,88%) was daarentegen heel bescheiden. De import van minerale

producten (-7,01%) en vooral van plantaardige producten (-55,14%) ging zelfs in dalende lijn."

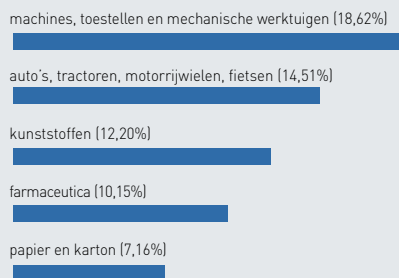
Belangrijkste Vlaamse invoerproducten uit Chili (2010):



En hoe zijn de cijfers voor de Vlaamse uitvoer naar Chili?

Alexis Bossuyt: "Ook de Vlaamse uitvoer richting Chili heeft de financiële en economische crisis goed overleefd. In 2010 exporteerde Vlaanderen immers voor ruim 271 miljoen euro naar Chili, of een exportgroei van 57%. Dat was meteen het beste resultaat sinds de publicatie van de gewestelijke handelscijfers in 2002. Hiermee klimt Chili naar de 56ste plaats als exportbestemming van Vlaanderen met een aandeel van 0,11% in de totale Vlaamse uitvoer."

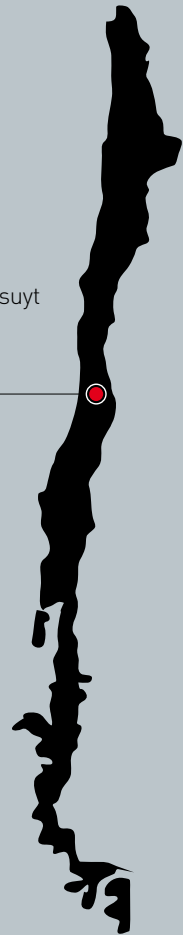
Belangrijkste Vlaamse exportproducten naar Chili (2010):



Sectoraal was de exportgroei ongeveer algemeen, maar de meest opvallende verschuivingen deden zich voor bij de branches houtpulp, papier en karton (+639,22%) en bij het vervoermaterieel (+175,86%). Ook de optische- en precisie-apparatuur (+89,65%), textiel (+65,49%) en kunststoffen en rubber (+57,33%) kenden een bovengemiddelde stijging van de uitvoer. Dat was niet het geval voor de chemische en farmaceutische sector (+28,53%) en voor de machines en het elektrisch materieel (+21,42%). Deze laatstgenoemde sector was in 2010 niettemin nog altijd goed voor meer dan 23% van de Vlaamse export naar Chili."

Santiago

Alexis Bossuyt



Factsheet Chili

- **Oppervlakte:** 756.096 km²
- **Aantal inwoners:** 16.970.265 (2009)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Santiago:** 1.394 (2011)
- **Officiële taal:** Spaans
- **Munteenheid:** Chileense peso; 1 EUR = 683 CLP
- **Weetje:** in Chili staat de grootste open kopermijn ter wereld, de Chuquibambilla-mijn.

Onze acties Chili in 2011

- Contactdagen Zuid-Amerika – Hasselt, Vilvoorde, Gent, Mechelen en Brugge
7 tot en met 14 september
- Prinselijke missie Chili
3 tot en met 7 december

[?](#) Meer info vindt u op www.flandersinvestmentandtrade.be.

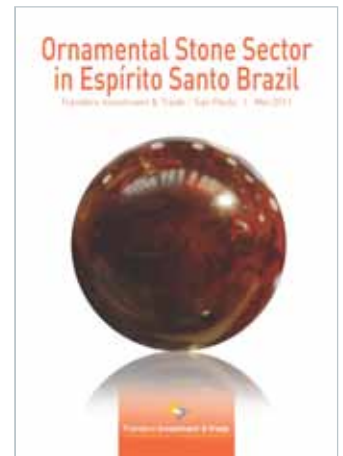
Voortdurend voeren onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) marktstudies en desk research uit. Geen zakenopportunity in hun werkterrein ontsnapt aan hun aandacht. Alle naslagwerken kan u lezen en downloaden op onze website www.flandersinvestmentandtrade.be onder de rubriek 'Marktinformatie'.

Sterk naslagwerk



« Real Estate Market in Croatia

Door de nakende EU-toetreding van Kroatië is de vastgoedmarkt in het land aan het heropleven. In deze marktstudie vindt u een aantal gegevens over de sector. Daarnaast worden de huidige regelgeving en het takssysteem belicht. U leest er welke de verwachtingen van buitenlandse investeerders zijn en u ontdekt hoe Kroatische vastgoedbedrijven de toekomst van de sector inschatten. Speciale aandacht gaat naar de opmerkelijk talrijk aanwezige winkelcentra. Tot slot bevat de studie een lijst van interessante contacten in Kroatië.



Zweedse markt voor alcoholische dranken

Hoewel het invoer-, uitvoer- en groot-handelsstaatsmonopolie voor alcoholhoudende dranken in Zweden is afgeschaft, bestaat er nog altijd een kleinhandelsmonopolie voor sterke dranken en bieren met een alcoholgehalte hoger dan 3,5%. In de praktijk vallen de meeste Belgische bieren onder dit kleinhandelsmonopolie. Belgische bieren zijn al jaren een hype in Zweden, maar andere buitenlandse brouwerijen en Zweedse importeurs hebben niet stilgezeten en de Belgische bieren hebben marktaandeel moeten prijsgeven.

In deze paper krijgt u een overzicht van de huidige marktsituatie en -tendenzen, beurzen en een adressenlijst van Belgische bier- en eetcafés in Zweden.



Ornamental Stone Sector in Espirito Santo Brazil

Korte studie van FIT São Paulo over de marmer- en granietsector in de Braziliaanse regio Espirito Santo. U krijgt een algemeen overzicht met exportstatistieken en een lijst van Braziliaanse uitvoerders.



Relevant sectors in Israel

De Israëlische economie blijft groeien. Verschillende sectoren zoals medische apparatuur, telecom, automotieve, elektronische componenten, infrastructuur en milieu, bieden aanzienlijke mogelijkheden voor Vlaamse bedrijven. Dat alles wordt overzichtelijk opgelijst in deze paper.

Logistiek: iets om mee uit te pakken in het buitenland

Een goed product is vandaag niet langer voldoende om de concurrentie te verschalken – zeker niet in het buitenland. Louter concurreren op prijs is al evenzeer voorbijgestreefd. Logistiek wordt hoe langer hoe meer iets waar ondernemers zich mee kunnen onderscheiden. Vlaamse ondernemers hebben een streepje voor, want onze regio is een paradijs voor welke logistieke operatie dan ook. Kortom, met gestroomlijnde logistieke processen biedt u gegarandeerd een meerwaarde. Gemakkelijker gezegd dan gedaan, zucht meer dan één Vlaamse ondernemer. Wereldwijd helpt u op weg om met logistiek uw grenzen te verleggen.



We brachten vier deskundigen samen om te discussiëren over de rol, uitdagingen en ontwikkelingen in het logistieke gebeuren: Francis Rome (Vlaams Instituut voor de Logistiek), Piet Demunter (The Brussels Airport Company), David Wellens (VPK Packaging Group) en Geert Geurts (Ewals Cargo Care).

Optimale logistieke processen in een bedrijf: hoe begint een Vlaamse ondernemer daar best aan?

Francis Rome: "Je moet voor jezelf eerst uitmaken wat je plannen zijn. Wil je ook naar landen buiten de EU exporteren, of beperk je je tot onze buurlanden? Zeker aan kleine en middelgrote ondernemingen geef ik de tip om vervolgens een beroep te doen op een consultant om een audit te laten uitvoeren. Natuurlijk zijn er ook overheidsorganisaties die kunnen helpen: FIT, het Agentschap Ondernemen en de Provinciale Innovatiecentra. Tips van collega's binnen een bedrijven-netwerk zijn ook belangrijk."

Geert Geurts: "Klopt. Ook Ewals biedt op vraag van onze klanten een quick scan aan, waarbij we samen met het bedrijf

in kwestie de kritische elementen in de logistieke flows in kaart brengen en grondig bespreken."

David Wellens: "Het kan volgens mij ook geen kwaad om zo'n logistieke audit om de zo veel jaar te herhalen. Bij VPK kampten we een tijd geleden bijvoorbeeld met het gevoel dat het heel wat beter kon met de logistieke kosten en stromen van de groep. We hebben daarom een consultant onder de arm genomen om dat gevoel af te toetsen. De uitkomst van het verhaal: VPK is twee jaar geleden begonnen met de installatie van een centraal logistiek punt, in ons hoofdkwartier in Dendermonde, om een optimaal overzicht te krijgen van onze goederenstromen. Tegen eind dit jaar hopen we zo 10% te kunnen besparen op onze transportkosten. Niet onbelangrijk, want transportkosten wegen vrij zwaar door in de eindprijs van onze verpakingsproducten."

Wat komt er allemaal kijken bij logistiek?

Francis Rome: "Er zijn twee grote componenten. Eerst en vooral zijn er de

fysieke goederenstromen. Belangrijke aspecten daarbij zijn transport, opslag en distributie. Het tweede grote logistieke hoofdstuk draait om informatisering, die hoe langer hoe meer de goederenstroom van bedrijven ondersteunt. Een goede software is dus cruciaal. Ook hier geldt dat je de interne informatiesystemen van je bedrijf goed op elkaar moet afstemmen, maar evenzeer moet er een naadloze aansluiting zijn met de softwaresystemen van je klanten en leveranciers."

Geert Geurts:
"Logistiek begint bij de kennis van de lokale regelgeving in de landen waar je bedrijf actief is. Pas als je die regels in kaart hebt gebracht, kan je een aantal logistieke keuzes maken."

David Wellens: "Voor veel bedrijven is ook de omgevingsfactor een belangrijk deel van het logistieke verhaal. Of beter

Logistiek: ons panel



Dr. Francis Rome
Vlaams Instituut voor de Logistiek (VIL)

is sinds midden 2003 Director External Relations bij het Vlaams Instituut voor de Logistiek (VIL), het kenniscentrum dat Vlaamse bedrijven helpt om innovatieve projecten te realiseren en zo hun competitiviteit te verhogen. Francis Rome werkte daarvoor bij onder meer P&G en DHL, waar hij in 1992 terecht kwam als Business Development Director voor Europa en Afrika. Begin 1995 kreeg Francis Rome er de functie van Global Commercial Director. In 2009 werd hij benoemd tot voorzitter van de Vlaamse Havencommissie.
www.vil.be



Geert Geurts
Ewals Cargo Care

is sinds 1991 werkzaam bij Ewals Cargo Care, een Europese geïntegreerde logistieke dienstverlener met 49 sites in 15 landen. Geert Geurts is er momenteel Sales Manager Logistics en Mobility Center en Accountmanager voor Johnson Controls.
www.ewals.com



David Wellens
VPK Packaging Group

is sinds januari 2009 Corporate Supply Chain Manager bij VPK Group, een West-Europese producent van karton en verpakkingen, gebaseerd op gerecycleerde vezels. Het bedrijf heeft meer dan 25 sites in de EU. Vroegere werkgevers van David Wellens zijn Telindus (1999-2003) en De Putter & Co (1998-1999).
www.vpkgroup.com



Piet Demunter
The Brussels Airport Company

is sinds oktober vorig jaar Head of Cargo Development bij The Brussels Airport Company, de uitbater van de luchthaven in Zaventem. Van maart 2008 tot september 2010 was Piet Demunter er aan de slag als Senior Project Manager Airport Business Development. Zijn eerste werkgever was Unilever, waar hij in de periode september 2002 tot maart 2008 werkzaam was als HR Business Partner en Organisation Development and Project Manager.
www.brusselsairport.be



Boven: Vlaanderen is een topregio voor logistiek.

gezegd: een knelpunt. De site van VPK in Dendermonde bijvoorbeeld is intussen helemaal ingesloten geraakt. We moeten bijgevolg investeren in projecten om de buurt te ontlasten – door onder meer te streven naar zo weinig mogelijk geluids-overlast bij onze transporten.”

Geert Geurts: “Logistiek begint bij de kennis van de lokale regelgeving in de landen waar je bedrijf actief is. Pas als je die regels in kaart hebt gebracht, kan je een aantal logistieke keuzes maken – zoals verpakkingen en transportmodi.”

Wat zijn bij Vlaamse ondernemers de grootste misvattingen over logistiek?

Francis Rome: “Velen zien het louter als een kostenpost, een noodzakelijk kwaad. Of ze denken alleen maar aan transport als het over logistiek gaat. Dankzij optimale, goed doordachte logistieke processen en systemen kan je nochtans een mooi exportverhaal ondersteunen. Een performante logistiek kan je vaak zelfs beschouwen als een stukje compensatie voor de hoge loon- en productiekosten in Vlaanderen.”

Piet Demunter: “Voor Vlaamse ondernemers is het niet altijd helemaal duidelijk wat de logistieke aspecten van luchtvracht precies inhouden, en welke spelers – zoals afhandelaars en expedi-

teurs – erbij betrokken zijn. Daarom is het belangrijk dat die ondernemers, als ze niet zelf de expertise in huis hebben, een beroep kunnen doen op een logistiek expert. Als uitbater van de luchthaven van Zaventem heeft The Brussels Airport Company dan ook de niet te onderschatten taak om duidelijkheid te creëren over de logistieke aspecten van onze sector.”

Wat zijn vaak voorkomende logistieke valkuilen? Welke (financiële) aspecten van het logistieke verhaal verliezen Vlaamse ondernemers het vaakst uit het oog?

Francis Rome: “Ondernemers hebben soms de neiging om enkel te focussen op de kost van individuele logistieke processen, maar dat heeft weinig zin. Het is het volledige logistieke kostenplaatje dat telt. Een voorbeeld: een ondernemer die besluit om zijn voorraden te doen slinken omdat hij vindt dat opslag te duur is, krijgt onvermijdelijk te maken met hogere transportkosten. Of, erger nog, met ontevreden klanten als er niet langer op tijd geleverd wordt omdat bepaalde producten of onderdelen niet aanwezig zijn in de magazijnen.”

David Wellens: “Vooruitblikken is een must, zeker als het over logistiek gaat. Als ondernemer moet je er rekening mee houden dat – wie weet – de brandstofprijzen binnen x aantal jaar hoger zullen zijn dan nu, dat er tegen die tijd misschien in

tal van landen een kilometerheffing van kracht is, en dat de files nog langer zullen zijn dan vandaag. Ondernemers mogen evenmin uit het oog verliezen dat ze mee verantwoordelijk zijn voor een veilig transport van hun producten. De richtlijnen terzake worden er alleen maar strenger op. Goede afspraken met transporteurs zijn dus cruciaal. Bij VPK laten we elk transportbedrijf waar we mee samenwerken ons Handboek voor Transporteurs ondertekenen. Daarin staan alle regels en richtlijnen opgesteld, om misverstanden en discussies achteraf te vermijden.”

Francis Rome:
“Velen zien logistiek louter als een kostenpost, een noodzakelijk kwaad. Met optimale, goed doordachte logistieke processen en systemen kan je nochtans een mooi exportverhaal ondersteunen.”

Wat is volgens jullie de definitie van logistiek? Het streven naar een kostenminimalisatie, of het streven naar een maximale klantenservice?

Francis Rome: “Beide aspecten zijn even veel van tel. Natuurlijk is het zo dat je met een uitstekende klantenservice – het onderhouden van contacten, een transparante relatie – heel wat discussies over prijzen en kosten vermijdt.”

David Wellens: “De kunst is om voortdurend te streven naar een ideaal evenwicht tussen kostenminimalisatie en een maximale klantenservice. Dat is een continue zoektocht, temeer omdat ook de markt constant evolueert. Standaardpatronen zijn er niet, met andere woorden.”

Voor welke transportmodus kiest een Vlaamse ondernemer het best?

Francis Rome: “In Vlaanderen beschikken we over een uitstekend multimodaal transportnetwerk. Toch kiezen veel ondernemers nog altijd automatisch voor de vrachtwagen. Nochtans biedt bijvoorbeeld de binnenvaart schitterende mogelijkheden, al was het maar uit ecologische overwegingen. Innovatieve co-modaliteit is het antwoord van de toekomst.”

David Wellens: “Dat is minder vanzelf-

sprekend als het lijkt. VPK heeft al een studie gedaan om de haalbaarheid van goederenvervoer via de binnenvaart te toetsen. Daaruit bleek dat alleen een aantal bulkstromen in aanmerking zouden komen. Voor het overige zou het op poten zetten van vervoer via de binnenvaart niet alleen heel wat infrastructuurwerken vergen bij VPK, het probleem is vooral een gebrek aan gespecialiseerd materiaal en expertise. We zijn wel van plan om dezelfde studie om de zo veel jaar over te doen.”

David Wellens:
 “De kunst is om voortdurend te streven naar een ideaal evenwicht tussen kostenminimalisatie en een maximale klantenservice. Dat is een continue zoektocht, temeer omdat ook de markt constant evolueert.”

Is het uitbesteden van logistieke processen – zoals het voorraadbeheer – een goede zaak, of niet?

Francis Rome: “Dat is een strategische keuze. Een ondernemer moet telkens nagaan of een bepaald logistiek proces een onmisbare kerncompetentie is om zijn bedrijf competitief te maken, of te houden. Indien ja, dan besteed je beter niet uit, en omgekeerd. Een voorbeeld: elk exporterend bedrijf moet aangifte doen bij alle douanediensten waar het mee te maken krijgt. Weinig kans dat het hier om een strategische kerncompetentie gaat. Er zijn genoeg agentschappen en IT-bedrijven die zich daarin specialiseren. Hun service kost weliswaar geld, maar het spaart een hoop tijd uit als je niet zelf alle douaneformaliteiten in goede banen moet leiden.”

Geert Geurts: “Vooral kmo’s staan huiverig tegenover het outsourcen van hun voorraadbeheer. Wat we zelf doen, doen we beter, denken ze. Maar ze beschikken niet over de nodige softwaresystemen om hun voorraden in binnen- en buitenland optimaal te beheersen. Logistieke dienstverleners hebben echter een ruime expertise terzake opgebouwd en bieden oplossingen op maat. Zo kan elk van hun klanten zijn actuele voorraadstatus raadplegen via een beveiligde website. Het overzicht blijft op die manier veel beter bewaard.”

Wat zijn momenteel de grootste uitdagingen om logistieke operaties uit te bouwen vanuit Vlaanderen?

Piet Demunter: “Vlaanderen is een topregio voor logistiek, maar de concurrentie van onze buurlanden is niet te versmaden. Op Brussels Airport ondervinden we die druk van concurrerende luchthavens elke dag. België is bijvoorbeeld een belangrijk farmaland. Toch verliest Brussels Airport nog veel farmaceutische zendingen aan buitenlandse luchthavens. Daarom heeft The Brussels Airport Company beslist om een onderzoek op poten te zetten, in samenwerking met de Belgische farmaceutische industrie en alle betrokken stakeholders, om na te gaan hoe we de infrastructuur en de logistieke processen op Brussels Airport verder optimaal kunnen uitbouwen. Ons succes hangt uiteraard ook af van de bestemmingen die we kunnen aanbieden, wat dan weer onderhandelingen vergt met tal van luchtvaartmaatschappijen. Om de logistieke cirkel volledig rond te kunnen maken, is het ook primordiaal dat Vlaanderen voldoende ruimte blijft reserveren voor distributiecentra, en dat we ernaar streven om de fileproblematiek in te dijken.”

Piet Demunter:
 “Om de logistieke cirkel volledig rond te kunnen maken, is het primordiaal dat Vlaanderen voldoende ruimte blijft reserveren voor distributiecentra, en dat we ernaar streven om de fileproblematiek in te dijken.”

Is er sprake van bepaalde logistieke trends, op dit moment?

Francis Rome: “Horizontale collaboratie is een veelbelovende logistieke trend die nog in zijn kinderschoenen staat. Het betekent dat verschillende bedrijven kiezen voor een samenwerkingsverband om goederen op een efficiënte manier naar hun bestemming te brengen, om zo veel mogelijk lege vrachtwagens of containers te vermijden. Of ze delen een distributiecentrum om de kosten te drukken, noem maar op.”

David Wellens: “Bij VPK zijn we inderdaad aan het testen of we bepaalde goederenstromen kunnen verbinden met die van onze klanten. Stel: wij leveren verpak-

kingen aan een fabrikant, die vervolgens met dozen vol goederen naar het distributiecentrum van Colruyt moet. Vroeger kwamen daar twee vrachtwagens aan te pas, die bovendien leeg waren tijdens de terugrit. Nu proberen we één vrachtwagen te delen met klanten als die goederenfabrikant, om lege kilometers zo veel mogelijk te vermijden.”



1 Stroomlijn uw logistieke activiteiten ... en verleg grenzen.

FIT heeft onlangs een erg relevante publicatie uitgegeven in de reeks Leidraad bij internationaal ondernemen. U vindt er een schat aan logistieke informatie en tips, met het oog voortdurend op export gericht. U kan het boekje bestellen via www.flandersinvestmentandtrade.be.

2 Zet deze conversatie verder op LinkedIn

Heeft u een andere kijk op de logistieke processen die uw grenzen kunnen verleggen? Wil u bepaalde ervaringen delen met collega's? Brei dan een vervolg aan deze discussie op onze LinkedIn-groep. Daar gooien we u in 2011 elke maand een rake stelling uit Turbulentie voor de voeten.

Kijk dus snel naar uw LinkedIn-account en zet de conversatie verder. Zo kan ook u meehelpen om drempels voor internationaal ondernemen te verlagen.



Projecten 2011 via onze open projectoproep – in detail: A taste of Flanders

'A taste of Flanders' is een eenjarig project van de Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce in Great Britain, dat is goedgekeurd in het kader van onze open projectoproep. Deze Engelstalige tv-gourmetreeks laat de kijker proeven van Vlaanderen en de Vlaamse keuken.

Via dertien afleveringen wil A taste of Flanders Vlaanderen promoten als gastro-toeristische topbestemming. Deze tv-reeks zal verschijnen op het CNBC-netwerk, waarop inwoners van Europa, Azië, het Midden-Oosten en de Pacific-regio afstemmen. De initiatiefnemers schatten dat ze 160 miljoen huishoudens zullen bereiken.

Op het menu

Per twee afleveringen staat een hoofdthema centraal. De dertiende episode wordt dan weer een 'best of'-compilatie. De zes hoofdthema's zijn: Chocolate, Bier, Wijn & spirits, Groenten & fruit, Banket & patisserie, en Vis & vlees.

Elke aflevering belicht vier topics: Koken met een jonge, dynamische Vlaamse kok; Vlaamse steden en cultuur; Vlaamse bedrijven in de kijker; en lifestyle.

Vlaamse ondernemingen die actief zijn in een van deze domeinen, kunnen een bijdrage leveren aan het programma. De opnames starten in september 2011.

Gevestigde waarde en aanstormend talent

Voor het kookgedeelte wordt gekozen voor een duokokformule. Een tiental jonge Vlaamse koks, jonger dan 35 jaar,

staan naast de vaste presentator: de internationaal bekende Vlaamse chef Bart Vandaele. Samen gidsen ze de kijkers doorheen ons culinaire erfgoed.

Bart Vandaele staat aan het fornuis van zijn succesvolle zaak Belga Café in Washington. Bij topchefs Piet Huysentruyt en Roger Souvereys leerde hij het klappen van de zweep. Als privéchef bereidde Bart Vandaele de maaltijden van de ambassadeur van de Europese Gemeenschap in de VS en van de Nederlandse ambassadeur.

A taste of FLANDERS

A FOODIE'S PARADISE ...
Een heerlijke tv-reeks over de Vlaamse keuken, een van de meest verfijnde ter wereld, met de neus in de potten en de blik op ons prachtige land.

Flanders Investment & Trade | Vlaamse Gemeenschap | eContentido | DELEGATION FLANDERS

! Nieuwe oproep 15 september 2011 indienen voor 15 oktober 2011

Het ingediende project moet starten in 2012. De maximale looptijd is drie jaar.

? Meer informatie?

Voor u een project indient, neemt u best contact op met Christophe Boone, Coördinator Vlaamse CALL bij FIT, op 02 504 87 86 of via christophe.boone@fitagency.be.

Ook voor info over A taste of Flanders kan u bij hem terecht.



Leeuw van de Export 2011 en jaarlijks netwerkevent FIT

Op woensdag 15 juni was het verzamelen geblazen voor het kruim van het Vlaamse bedrijfsleven en voor ons binnen- en buitenlandse netwerk. De Campus Brugge van de Katholieke Hogeschool Brugge – Oostende was het decor voor de spannende prijsuitreiking van de Leeuw van de Export 2011. Deze keer waren het Orfit Industries en BEST die de felbegeerde trofee mochten ontvangen van Vlaams minister-president Kris Peeters. Ook ons jaarlijkse netwerkevent was een schot in de roos. Bedankt voor uw komst, hopelijk mogen we u volgend jaar opnieuw verwelkomen!







Is de volgende Mark Zuckerberg een Vlaming?

Nergens anders ter wereld is de concentratie aan technologiebedrijven zo groot als in Silicon Valley, een oppervlakte van slechts enkele tientallen vierkante kilometers ten zuiden van San Francisco. Daar zorgt een mix van jonge ondernemers, gevestigde wereldspelers, investeerders en een topuniversiteit voor magie. Nationaliteiten zijn er niet belangrijk, briljante ideeën wel. Vlaamse start-ups kunnen er een vliegende start nemen.

ICT evolueert ongezien snel. Door de samenvloeiing met onder meer gezondheidszorg en media explodeert het aantal nieuwe businessmodellen in deze sector. Golven van technologische innovatie volgen elkaar op in recordtempo. Nieuwe markten openen zich.

Het mekka van innovatie

Innovatie en time-to-market zijn cruciaal voor het succes van ICT-bedrijven. De dynamiek van Silicon Valley kan daarin een bepalende rol spelen. Daar aanwezig zijn of hun idee, technologie of product aftoetsen bij de decision makers, is voor Vlaamse start-ups van onschatbare waarde. Daarom besliste de onderzoeksinstituut voor Breedband Technologie, om met de steun van FIT een partnership aan te gaan met het Plug & Play Tech Center. Deze lokale incubator biedt geselecteerde beloftevolle technologische start-ups niet alleen onderdak in het hart van Silicon Valley, ze krijgen er ook de nodige introducties tot durfkapitaal en andere ondersteuning. Dankzij dit acceleratieprogramma nemen ze een mooie voorsprong.

Beloftevolle start

Chris De Backer, oprichter van woowoo, een creatief labo dat zijn diensten aanbiedt aan bedrijven, maar ook eigen productconcepten ontwikkelt, trok met zijn project OKeez naar San Francisco. Met het softwareprogramma OKeez kunnen smartphones of tablets worden geprogrammeerd om eender welk pc-programma te besturen.

“Samen met 34 andere bedrijven hebben we deelgenomen aan een pitchwedstrijd voor een vijftigtal investeerders. Daar kwamen we als vierde uit de bus. Daarna



volgden vele meetings met durfkapitalisten en bedrijven zoals Sony, Samsung en HP. Binnenkort keer ik terug naar San Francisco om er verder te onderhandelen”, vertelt Chris De Backer trots. “In het Plug & Play Tech Center circu-

leren veel interessante mensen die het mogelijk maken om op korte tijd veel gedaan te krijgen. Er heerst een ‘can do’-mentaliteit en entrepreneurship wordt er optimaal gestimuleerd.”

Het partnership met het Plug & Play Tech Center kwam tot stand in het kader van het EFRO-project van FIT ‘Internationalisering van de Vlaamse kenniseconomie’.



met steun van het
Agentschap Ondernemen



Uw idee in Silicon Valley?

Voor het acceleratieprogramma Plug & Play 2011 zoeken we beloftevolle ICT-starters. Zij kunnen hun kandidatuur indienen tot 28 september. De geselecteerde bedrijven zullen zich op 13 oktober voorstellen op iMinds, de jaarlijkse conferentie van IBBT. In januari vertrekken ze naar Silicon Valley.

Meer info krijgt u van Annik Bouquet, onze technologieattaché, via sanfrancisco@fitagency.com.

Multisectorale missie Midden-Amerika

Mexico wordt getipt als een van de meest beloftevolle groeimarkten. Steeds vaker noemen economen Mexico in één adem met de BRIC-landen: BRICM. Ook Panama is een bloeiende markt. Dankzij het Panamakanaal speelt het land een hoofdrol in de wereldwijde maritieme handel. Zijn strategische positie op de zeevaartroutes tussen Azië, Amerika en Europa zal nog toenemen. Hoog tijd dus voor een multisectorale missie naar Mexico en Panama.

Acht Vlaamse bedrijven reisden van 9 tot 13 april naar Mexico City. Voor de helft van hen was het een eerste bezoek aan Mexico. Daarna vloog de delegatie met vier bedrijven door naar Panama, waar op 14 en 15 april de individuele afsprakenprogramma's stonden gepland. In beide landen konden de deelnemers uitvoerig netwerken tijdens een officiële receptie in aanwezigheid van de betrokken ambassadeurs van België.

Meer opportuniteiten in Panama?

Voor Geert Tansens, zaakvoerder van weverij Tansens & Casaert, was het een leerrijke ervaring: "We doen al zaken in Zuid-Amerika. Met deze missie onderzochten we of dat ook mogelijk is in Midden-Amerika. Via de vele netwerkmomenten hebben we talrijke interessante contacten gelegd. Ook over de kwaliteit van onze b2b-afsprakenprogramma's zijn we heel tevreden."

Zijn er zakelijke kansen in beide landen? "Voor ons biedt Panama wellicht meer opportuniteiten. De interesse in onze producten is er beduidend groter", vertelt Geert Tansens. "We zijn nu volop alles aan het opvolgen, maar het businessproces verloopt daar minder snel dan in andere landen. In de tweede helft van dit jaar plannen we er opnieuw een bezoek."



Of in Mexico?

Kristof De Meulemeester, Export Manager bij Diaz Sunprotection, nam eveneens deel aan deze missie. Het bedrijf produceert zonwering onder de merknaam Diaz en gordijnstoffen onder de merknaam Dizz Design. "We merken een zeer grote internationale interesse in onze stoffen, daarom hebben we binnen onze onderneming Dizz Design opgericht. In de afgelopen vijf jaar is bij Dizz Design het aandeel van export flink gestegen. We hebben deze missie aangegrepen om bestaande klanten te bezoeken, te motiveren en te ondersteunen. Daarnaast prospecteerden we er ook actief", licht Kristof De Meulemeester toe.

"In Panama schat ik ons potentieel wat lager in. De Panamese markt wordt immers overheerst door Amerikaanse grootspelers zoals Hunter Douglas en Kravet. Ook de mentaliteit is zeer pro-Amerikaans, dus daar als Vlaamse ondernemer een plekje veroveren is moeilijker. Mexico daarentegen biedt ontzettend veel potentieel. We zijn er al langer actief via een distributeur. Door het vrijhandelsakkoord tussen België en Mexico is zakendoen er bijzonder interessant. Bovendien heeft het land een grote populatie en de vraag naar buitenlandse consumptiegoederen neemt almaar toe."

! Meer info over Mexico of Panama?

Lees het landendossier op
www.flandersinvestmentandtrade.be.

België zendt zijn brouwers uit



Boven: de bierdegustatie vond dit jaar plaats in Amsterdam.

Bier is opnieuw hip. Zo (her)ontdekte de culinaire wereld de troeven van de rijke biercultuur. Sommeliers scholen zich bij tot bierexpert en serveren het gerstenat zowel bij het aperitief als bij de gerechten. Wereldwijd behoort België tot de absolute biertop. We mogen terecht trots zijn op onze lange brouwtraditie. En er internationaal mee uitpakken!

Onze bierexport gaat in stijgende lijn, zo blijkt uit cijfers van de Confederatie van Belgische Brouwers, die de bierproeverijen van FIT ondersteunt. In 2005 werd voor het eerst in de geschiedenis meer bier geëxporteerd dan we in eigen land consumeren.

Geproefd en goedgekeurd

In België zijn ongeveer 120 brouwerijen actief, van hele kleine tot wereldspelers. Om hen te ondersteunen, organiseert FIT jaarlijkse een bierdegustatie. Samen met onze Waalse zusterorganisatie AWEX organiseerden we op 28 april een Belgische bierproeverij. Die vond plaats in het Vlaamse cultuurhuis de Brakke Grond in Amsterdam. De Nederlandse culinaire pers en de belangrijkste inkopers proefden er een staalkaart van bieren van 35 Belgische brouwerijen.

Kleine brouwers, grote internationale ambities

In een vorig leven werkte Luc Vermeersch voor multinationals, maar enkele jaren geleden maakte hij van zijn brouwerspassie een beroep. Sindsdien is hij zaakvoerder van Brouwerij De Leite. Omdat zijn capaciteit in het begin relatief klein was – hij brouwde slechts eenmaal per maand – was export geen optie. Nu het bedrijf groeit, geeft hij ook aan deze carrière een internationale dimensie. Vandaag verkoopt hij zijn producten in Italië, Roemenië en Japan.

Voor Luc Vermeersch zijn de bierdegustaties die FIT organiseert ideaal als kennisgeving met een buitenlandse markt. "In mijn branche vormen de accijnzen voor alcoholische dranken een grote uitdaging in export. Samenwerken met een goede importeur is nodig. De contacten die ik heb overgehouden aan onze deel-

name in Amsterdam, ga ik zeker warm houden. Misschien vind ik via hen een invoerder voor Nederland", vertelt Luc Vermeersch. "Daarnaast heb ik nog een toegangsoptie op de Nederlandse markt. Een tijdje geleden, nog voor deze bierdegustatie, wilde een organisatie van pubs mijn bier als 'bier van de maand'. Daarvoor moest ik echter 400-450 vaten leveren, wat moeilijk is als je er maar 50 hebt. Ik onderzoek nu of wegwerpvaten een oplossing kunnen zijn. Export wordt steeds belangrijker. Ik ben er dus zeker opnieuw bij in Londen volgend jaar."

🔗 Wil u ook deelnemen aan de bierdegustatie 2012 in Londen?

Voor meer info, neem contact op met Gert Van Causenbroeck op 02 504 87 45 of via gert.vancausenbroeck@fitagency.be.

Lekkers uit de wereld op FOODEX Japan 2011

Buitenlandse ondernemers met culinaire exportambities richting Aziatische markt markeren jaarlijks de datum van FOODEX in hun agenda. Dit jaar vond het evenement plaats van 1 tot 4 maart. Toen werd in Tokio al voor de 36ste keer de grootste en belangrijkste internationale voedings- en drankenbeurs van Azië gehouden.

Vier dagen lang was Tokio het culinaire middelpunt van Azië. Meer dan tweeduizend exposanten, waarvan de meerderheid uit het buitenland, toonden er hun waren aan bijna 75.000 bezoekers. Via de FIT-groepsstand namen vijftien Vlaamse bedrijven deel.

Meteen een schot in de roos

Onder de Vlaamse deelnemers bevonden zich bedrijven die al vaker op FOODEX hadden gestaan, maar ook nieuwkomer Kristoli. Met zijn Belgian Bubbles was de eerste buitenlandse beursdeelname van deze prille onderneming meteen raak.

Zaakvoerder Olivier Sonck vertelt: "Volgens een eigen procedé vervaardigen we een Belgische schuimwijn op basis van Franse druiven. We bestaan pas sinds november 2010, maar we kregen al enorm veel belangstelling. Onze bubbels werden geschonken op exclusieve evenementen zoals '10 jaar De Rode Loper', 'het Gala van De Gouden Schoen' en het Filmfestival van Cannes. Onze deelname aan FOODEX evalueren we ontzettend positief. We zochten er een invoerder voor Japan en we hebben die ook gevonden. Het is een verdeler van onder meer Belgische bieren, zoals Duvel. Wij zijn het eerste niet-bier in zijn portefeuille. In augustus vertrekken onze eerste leveringen naar Japan."



Domotex Asia blijft hoog scoren

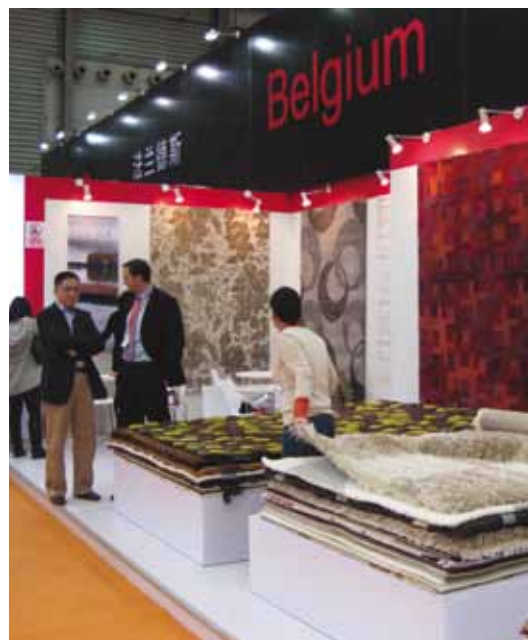
In maart vond de dertiende editie plaats van het jaarlijkse Domotex Asia/Chinafloor. Dat is de vakbeurs voor alle types vloerbekleding in het Verre Oosten. Zoals gewoonlijk was de Belgische textielindustrie sterk aanwezig in het Vlaamse paviljoen, een samenwerking van FIT en Fedustria, de Belgische federatie voor de hout- en textielindustrie.

De beurs Domotex Asia/Chinafloor in Sjanghai was een enorm succes: bijna 1.060 exposanten toonden er hun producten aan ongeveer 40.000 professionele bezoekers. Aan expositiezijde vinden we al jaren een stevige vertegenwoordiging van de Belgische textielindustrie. Ook deze editie was dat zo. In het Vlaamse paviljoen stonden dertien Vlaamse bedrijven verenigd.

Vlaamse textielsector veroverd China

Alle Vlaamse deelnemers waren tevreden, zowel over de organisatie als over hun beursdeelname. Dat bevestigt ook Luc Claeys, general manager bij Osta Carpets, dat middle tot high-end machinaal geweven karpet vervaardigt: "Aanwezig zijn op Domotex Asia/Chinafloor is voor ons steeds belangrijker, gezien de huidige en de nog te verwachten groei van onze export naar China. De eigen binnenlandse consumptie wordt meer en meer de motor van de Chinese economie. Premiumproducten uit Europa vinden hier versneld een afzetmarkt. Sinds 2009 hebben we met een lokale partner OSTA-conceptstores in shoppingcentra in Sjanghai en Peking."

Daarnaast heeft Osta Carpets, net als de andere Vlaamse deelnemers, er interessante nieuwe contacten gelegd. "Aan Domotex Asia/Chinafloor houden we telkens nieuwe klanten over. Daarnaast is het ideaal om het contact met onze bestaande klanten uit Azië en Oceanië te onderhouden. Volgend jaar zijn we er dus zeker opnieuw bij", zegt Luc Claeys.



Present op lente-editie China Medical Equipment Fair 2011

Na MEDICA en Arab Health is de China Medical Equipment Fair (CMEF) de belangrijkste vakbeurs voor gezondheid & farma. Jaarlijks vinden er twee edities plaats: een internationaal georiënteerde beurs in de lente in Shenzhen en een lokale versie in de herfst, telkens op een andere locatie in China.

De 65ste editie van CMEF vond dit keer plaats van 16 tot 19 april. Ongeveer 65.000 bezoekers ontdekten er de nieuwigheden in IVD, diagnostica en medical devices, verspreid over negen beurshallen.

In nauwe samenwerking met de lifesciencescluster FlandersBio en de Waalse competitiviteitspool voor biotechnologie en gezondheid BioWin (BIOTEchnologies Wallonie INnovation) organiseerde FIT er voor het eerst een Belgische groepsdeelname. We deden dat via de formule van een Product Sample Booth (PSB), gecombineerd met enkele individuele modules. In totaal waren op onze groepsstand vijftien Belgische exposanten vertegenwoordigd op CMEF.

Actieve omkadering via diverse randactiviteiten

Om onze allereerste aanwezigheid op CMEF extra in de verf te zetten, organiseerde FIT diverse randactiviteiten. Zo hielden we onder meer een Belgian breakfast session, waarbij het advocatenkantoor Jones Day duiding gaf bij de

wetgeving rond intellectuele-eigendomsrechten in China. Voorts organiseerden we een conferentie waarop FlandersBio en BioWin de lifesciencesindustrie in België toelichtten, een netwerkdiner met enkele belangrijke spelers actief op de Chinese markt, en een serie bedrijfsbezoeken daags na de beurs.

Op CMEF stonden twee professionele tolken de Vlaamse exposanten voortdurend bij. Voor persoonlijk marktadvies konden de deelnemers terecht bij de FIT-vertegenwoordigers uit Peking, Guangzhou en Hongkong. De positieve respons laat alvast het beste verhoppen voor een volgende deelname in 2012.

Eerste deelname overtrof alle verwachtingen

Johan Baeke is Export Manager Europe & Asia bij Medec Benelux, dat anesthesietoestellen produceert. Collega's van hem hadden CMEF wel al bezocht, maar dit jaar stond het bedrijf voor het eerst aan de deelnemerszijde. Ontzettend veel geïnteresseerden bezochten de stand van Medec Benelux op de beurs, maar leverde dat ook concrete resultaten op? "Voor medische toestellen moet in de meeste landen een strikte registratieprocedure worden doorlopen. In China is dat de SFDA-procedure. Het kan één tot twee jaar duren eer je dit certificaat in handen hebt. Dat wisten we op voorhand, maar we wilden met onze beursdeel-

name vooral de Chinese markt aftasten. Nu weten we dat de interesse in onze producten zeer groot is. Nochtans worden ook ter plaatse anesthesietoestellen geproduceerd, maar op het vlak van kwaliteit en veiligheid overtreffen onze producten die ruimschoots", vat Johan Baeke samen.



Haven Genk: een logistieke estafette met toekomst

Op 15 april bezocht een vijfköppige FIT-delegatie onder leiding van gedelegeerd bestuurder Koen Allaert een werkbezoek aan Haven Genk. Algemeen directeur Leon Donders lichtte er de troeven toe die zijn bedrijf inzake logistiek en transport op tafel legt.

Het bezoek kaderde in de zoektocht van de Vlaamse overheid naar oplossingen voor de dichtslibbing van het Vlaamse wegennet. De multimodale haven van Genk vormt een ideale estafette tussen de nabije zeehavens en hun hinterland. Industriële bedrijven en logistieke leveranciers die economische schade oplopen door de files op de Vlaamse snelwegen – in het bijzonder het wegeninfarct rond Antwerpen en Brussel – geven beter de wisselstok door in Limburg.

Grondige transformatie

Sinds 1997 verwierven de Groep Machiels en Arcelor Mittal de aandelen van de vroegere Genkse kolenhaven. Behalve de naamsverandering in Haven Genk onderging het bedrijf sindsdien een hele gedaanteverwisseling. Naast de overslag van steenkool, stuk- en bulkgoed kwamen voorzieningen voor overslag van containers. De haven werd omgebouwd tot een logistiek platform voor transport over water en via het spoor- en wegverkeer. Al meer dan tien jaar verzorgen lichters een rechtstreekse verbinding met de haven van Antwerpen en er is een directe spoorverbinding met Noord-Italië.

Sinds 2002 varen lichters rechtstreeks tussen Genk en de haven van Rotterdam. In samenwerking met het havenbedrijf Luik werden de afvaarten naar Antwer-

pen en Rotterdam nog opgedreven. Op de terminal kregen de spoorweginfrastructuur en het kantorencomplex een grondige facelift. De afgelopen vijf jaar stonden ononderbroken in het teken van investeringen in infrastructuur en machines.

Op volle kracht

De overdekte opslagcapaciteit voor bulk en erts bedraagt 15.000 m² en 10.000 m² in open lucht. Trucks worden in hooguit twintig minuten gelost, idem voor containers die via het spoor toekomen. Tot slot kan Haven Genk ook de totale administratieve afhandeling voor zijn rekening nemen, ongeacht de herkomst of bestemming van de goederen.

Als vakantiebestemming zijn Spanje en Portugal bijzonder populair, maar kunnen het ook aantrekkelijke exportbestemmingen zijn? Enkele Vlaamse ondernemers onderzochten het tijdens een multisectorale zending naar Bilbao en Lissabon, halverwege april.

Zeven van de elf deelnemers aan het Spaanse luik van deze missie reisden door naar Lissabon. Eén bedrijf schreef zich alleen in voor het Portugese gedeelte.

Nu kansen grijpen

Zowel Spanje als Portugal incasseerden stevige klappen door de wereldwijde crisis. Hoewel de Spaanse situatie minder erg is, kampt het land met interne zwaktes: te veel aandacht voor oppervlakkige (bouw)projecten en te weinig voor een structurele innovatie van de economie. Spaanse bedrijven kijken daarom uit naar partners die hun groei kunnen waarborgen. Dat schept kansen voor Vlaamse ondernemers met expertise in innoverende producten, technieken en diensten. Het Baskenland is de economisch sterkste regio van Spanje. Deze streek is sterk geïndustrialiseerd en beschikt over belangrijke havens en een uitgebreid logistiek netwerk.

Portugal gaat door een dieper dal. De grootste hinderpaal voor een economische heropleving is het gebrek aan competitiviteit bij de Portugese bedrijven. Ook daar zijn opportuniteiten voor Vlaamse exporteurs die innoverende en efficiëntieverhogende producten, technieken en diensten aanbieden. Onze zakenlui worden er traditioneel sterk gewaardeerd.

Samenwerking met FIT is als voetbal

Vany Beernaert, Export Manager bij Dupont, evalueert de missie positief: "Jaarlijks nemen we deel aan één of twee buitenlandse missies. Dat is altijd samen met FIT. Het lokale FIT-kantoor stelt een individueel b2b-afsprakenprogramma op met contacten die voor ons niet of veel moeilijker toegankelijk zijn. Ik vergelijk het graag met voetbal: FIT geeft de voorzet, wij moeten afwerken en scoren."

Dupont produceert en commercialiseert plexischalen voor de presentatie van voedingswaren in koeltoonbanken in warenhuizen. Het bedrijf is al actief in



Spanje en Portugal. "In Bilbao bezochten we enkele bestaande klanten en interessante prospects. De formule om de b2b-afspraken bij de bedrijven ter plaatse te organiseren en niet in het hotel, vond ik uitstekend. Zo krijg je meteen een goed beeld van de onderneming en haar activiteiten. Daarnaast kan je veel afleiden uit de regio: is er welvaart, wordt er veel gebouwd, hoe hoog zijn de benzineprijzen, enzovoort", vertelt Vany Beernaert. "In Lissabon hadden we al een goede distributeur. Ter voorbereiding van deze missie overliep hij met het lokale FIT-kantoor welke spelers moeilijk te bereiken zijn. Dankzij de connecties van FIT, hadden we tijdens de zending afspraken met onder meer Leclerc, Auchan en Intermarché. Met deze laatste supermarktketen zitten we intussen in de eindfase van de onderhandelingsronde."

Persoonlijk bezoek is belangrijk

Enteco is importeur en verdeler van onderhoudsproducten. Daarnaast commercialiseert het bedrijf een roetrei-

nigingsblok, gepatenteerd in zestien landen. Enteco is al een tijdje actief in Portugal. "Het contact met onze Portugese klant verliep tot vorig jaar via een tussenpersoon. Pas nadat die met pensioen ging, had ik rechtstreeks contact met onze klant. Van deze missie wilde ik gebruikmaken om hem te bezoeken. Ik ben ervan overtuigd dat onze samenwerking hierdoor weer is versterkt. De rest van de dag heb ik me tijdens een rondrit een zo goed mogelijk beeld gevormd van de grootdistributie in en rond Lissabon", vertelt zaakvoerder Pierre van Hentenrijk. "Spanje was nog onbekend terrein voor ons, dus via deze missie wilde ik een eerste indruk krijgen van de Spaanse markt. Overdag was het keihard werken, maar 's avonds was er ruimte voor ontspanning. Tijdens het diner konden we bovendien onze ervaringen bespreken met de andere deelnemers. Dat maakte de missie een pak aangenamer dan een doorsnee zakenreis, waar je je avonden gewoonlijk alleen op je hotelkamer doorbrengt."



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!

GROEPSSTAND

SITL India – Mumbai

23 tot en met 25 februari 2012

Jaarlijks tekent de Indiase logistieke sector een groei van 8% op. De logistieke uitgaven in India vertegenwoordigen 13% van het bbp. SITL India 2012 is het eerste event voor de logistieke- en transportsector in India.

Inschrijven

kan tot en met 30 september 2011 op www.flandersinvestmentandtrade.be

Frank Baeyens, 02 504 88 49
frank.baeyens@fitagency.be

PSB-STAND

India Telecom – New Delhi

7 tot 9 december 2011

De Indiase telecomsector boomt. Voor wie de Indiase markt en de buurlanden wil verkennen, is India Telecom de belangrijkste beurs in de regio.

Inschrijven

kan tot en met 15 september 2011 op www.flandersinvestmentandtrade.be

Frank Baeyens, 02 504 88 49
frank.baeyens@fitagency.be

GROEPSZAKENREIZEN

Multisectoraal – Oekraïne

3 tot 7 oktober 2011

Oekraïne is een veelbelovende markt: grenzend aan de EU, 45 miljoen inwoners en een toegangspoort tot Rusland en Centraal-Azië. Ontdek tijdens deze economische missie naar Kiev en Donetsk opportuniteiten, leg contact met toekomstige zakenpartners of verstevig uw professionele relatie met bestaande contacten. Onder bepaalde voorwaarden kan u via onze subsidieregeling een deel van uw reis- en verblijfskosten recupereren.

Inschrijven

kan tot en met 15 augustus 2011 op www.flandersinvestmentandtrade.be

Evelien Staelens, 02 504 88 48
evelien.staelens@fitagency.be

Multisectoraal – Turkije

10 tot 14 oktober 2011

Met bijna 79 miljoen consumenten is Turkije – de brug tussen Europa en Azië – een sterke groeiemarkt. In 2010 groeide de Turkse economie met 7,3%. Op de agenda: Istanbul en Izmir. Istanbul staat voor 25% van het bnp en 50% van de handelsstromen. Izmir heeft een goed draaiende textiel-, machine-, haven-, petrochemische en voedselverwerkende industrie.

Inschrijven

kan tot en met 1 september 2011 op www.flandersinvestmentandtrade.be

Barbara Tieleman, 02 504 88 87
barbara.tieleman@fitagency.be

Bouw & infrastructuur – Polen

14 tot 17 november 2011

FIT en de Vlaamse Confederatie Bouw organiseren een zending naar Gdansk en Warschau met focus op bouw & infrastructuur. Polen, in hartje Europa, telt ruim 38 miljoen potentiële consumenten en investeert sterk in zijn infrastructuur. De vraag naar onderaannemers en toeleveranciers stijgt exponentieel, waardoor het een beloftevolle markt blijft.

Inschrijven

kan tot en met 15 september 2011 op www.flandersinvestmentandtrade.be

Karine De Vleeschouwer, 02 504 87 37
karine.devleeschouwer@fitagency.be

Multisectoraal – Baltische staten

20 tot 25 november 2011

Prospecteer doelgericht in Estland, Letland en Litouwen. FIT werkt er voor u een zakelijk afsprakenprogramma op maat uit.

Inschrijven

kan tot en met 10 augustus 2011 op www.flandersinvestmentandtrade.be

Karine De Vleeschouwer, 02 504 87 37
karine.devleeschouwer@fitagency.be

CONTACTDAGEN

Contactdag Argentinië en Brazilië

7 tot en met 14 september 2011

Locatie: Hasselt, Vilvoorde, Gent, Mechelen en Brugge

Inschrijven

kan tot en met 12 september 2011.

Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Contactdag Chili en Peru

7 tot en met 14 september 2011

Locatie: Hasselt, Vilvoorde, Gent, Mechelen en Brugge

Inschrijven

kan tot en met 12 september 2011.

Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Contactdag Mexico en Venezuela

7 tot en met 14 september 2011

Locatie: Hasselt, Vilvoorde, Gent, Mechelen en Brugge

Inschrijven

kan tot en met 12 september 2011.

Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Contactdag Cuba en Uruguay

12 tot en met 14 september 2011

Locatie: Hasselt, Vilvoorde, Gent, Mechelen en Brugge

Inschrijven

kan tot en met 12 september 2011.

Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Contactdag Tunesië en Ivoorkust

8 tot en met 9 september 2011

Locatie: Brussel

Inschrijven

kan tot en met 6 september 2011.

Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Contactdag Egypte en Libië

20 tot en met 22 september 2011

Locatie: Brussel

Inschrijven

kan tot en met 20 september 2011.

Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Contactdag VK en Ierland

27 september en met 4 oktober 2011

Locatie: Oudenaarde, Geel, Hasselt, Leuven en Brugge.

Inschrijven

kan tot en met 3 oktober 2011.

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 32 50 80
westvlaanderen@fitagency.be

Internationale ondernemers verblijven tijdens hun zakenreizen regelmatig in het buitenland. Soms leven en werken ze er zelfs geruime tijd. Hoe beleven zij hun internationale carrière? Deze maand bevroegen we Dirk Devisch, Sales Manager EMEA bij Aspider Solutions.

“Hoe zes maanden dertien jaar werden ...”

Of iemand gedurende zes maanden onze software aan de man wilde brengen in Japan? Over deze vraag van mijn toenmalige werkgever Mentor Graphics moest ik geen tweemaal nadenken. Kort daarna woonde en werkte ik in hartje Tokio. Toen, in 1992, was ik de tweede westerling in onze Japanse vestiging. De eerste maanden gaf ik vooral technische ondersteuning bij onze software. Al snel ondersteunde ik ook de vestigingen in Zuid-Korea, Taiwan, Singapore en China.


In het begin voelde ik me vaak 'lost in translation'. Zo kocht ik ooit eens een doosje eieren om een spiegelei te bakken. Toen ik het opende, bleek het om hardgekookte eieren te gaan. Dat stond op de verpakking, maar als je onvoldoende het Japans beheerst kom je zulke voorvallen tegen. Gevoel voor humor hebben, is essentieel als je in het buitenland werkt. Ook beschikken over een open geest en diversiteit waarderen zijn basisvoorwaarden.

Tijdens mijn beginjaren was er geld in overvloed, maar in 1997 brak de Aziatische financiële crisis los. Zeker in mijn branche – design automation – sloeg die ongemeen hard toe. Ik woonde en werkte net een jaar in Singapore, als Business Development Manager voor de Singaporese vestiging van

Mentor Graphics, met Zuidoost-Azië als werkterrein. Net die regio leed stevig onder de crisis. In Japan, waar de elektronicamarkt een pak stabiel en groter was, waren mijn kansen beter. Dus keerde ik samen met mijn gezin terug naar Tokio.

Eind jaren 90 overtuigden enkele ex-collega's me om mee in te stappen in een start-up. We gingen allemaal stinkend rijk worden. De verkoop in Azië op touw zetten, was mijn verantwoordelijkheid. Omdat een grote investeerder zich terugtrok, moesten we de plannen en timing herzien. Ik werkte op commissie, dus twee jaar wachten was voor mij geen optie in een dure stad als Tokio. Via mijn netwerk kon ik snel aan de slag bij Cadence, een concurrent van mijn vorige werkgever, om de Sales & Marketing in Japan te verzorgen.

Na een managementswissel diende ik mijn ontslag in op z'n Japans. Lees: ik werd vriendelijk verzocht om ontslag te nemen. Japanse ondernemers zien immers liever geen ontslagen in hun bedrijfsstatistieken. Toevallig bood ARC me de volgende dag een job aan in Taipei om er een dochteronderneming uit de grond te stampen. Taiwan is een fantastisch land om zaken in te doen. Ook al sprak ik geen woord Chinees, de ondernemersgeest en het gemak van zakendoen zijn er ongeëvenaard. Wat een



Paspoort:



Naam:
Dirk Devisch

Bedrijf:
Aspider Solutions

Sector:
telecom

Functie:
Sales Manager EMEA

Studies:
Burgerlijk Ingenieur Elektronica

Leeftijd:
47 jaar

Extra:
getrouwd, twee dochters
(20 en 19 jaar)

verschil met Japan, waar alles rigoureu is gepland en gereguleerd. Taiwanen improviseren veel gemakkelijker. 'No way is a way as well' lijkt wel het nationale motto.

Weggaan is makkelijker dan terugkeren. Vijf jaar geleden keerden we terug naar België. Na al die jaren in het buitenland moet je hier terug een leven opbouwen, sociaal en professioneel. Mijn dochters leerden Nederlands, dat was geen makkelijke opgave, maar de oudste studeert nu aan de universiteit en de jongste maakt dit jaar haar middelbare school af. Ik zet nu mijn ervaring in Azië in als consultant voor bedrijven met ambities en activiteiten in die regio.

➔ In de volgende Wereldwijs geeft FIT het woord aan Frederik Van Lierde, Co-founder Yabbedoo.



Heerlijk genieten
van de klassiekers



Annik Bouquet
Technologieattaché ICT

Waar?

Boulevard
1 Mission St
San Francisco
CA 94105
Tel.: +1 415 543 6084
www.boulevardrestaurant.com

"Ik vind het fantastisch om steden te verkennen via etentjes op restaurant. Zeker als zowel de gerechten als het gebouw een duidelijke band hebben met de lokale geschiedenis. Boulevard is zo een klassieker. Het gerenommeerde restaurant ligt op wandelafstand van de Fisherman's Wharf, de baai van San Francisco. Nancy Oakes, gelauwerd chef, creëert er de meest verrukkelijke culinaire hoogstandjes. Die zijn geschoeid op een klassieke Franse leest, maar telkens met een regionale en hedendaagse toets.

Ook het gebouw uit het einde van de negentiende eeuw waarin het restaurant is gevestigd – the Audiffred Building – is bijzonder. Het pand doorstond als bij wonder de grote aardbeving van 1906 en de verwoestende brand die daarop volgde. In zo'n historische omgeving dineren, staat gelijk aan een authentieke smaakbeleving.

Door zijn locatie tussen het centrum en North Bay is Boulevard een populaire plaats om af te spreken voor een

lunchmeeting. Alle Californische zakenmensen én taxichauffeurs kennen Boulevard. De kans dat je zakelijke tafelpartner zijn weg niet vindt naar deze smakelijke voltrefter, is dan ook zo goed als onbestaand."

Bye!

Boekentip

75 checklisten voor de nieuwe manager

Asha Kalijan e.a.

De nieuwe manager moet tegenwoordig veel bordjes draaiende houden. Het brede palet taken en verantwoordelijkheden gaat van medewerkers coachen en motiveren over presentaties geven tot financiële rapporten opmaken. Aan alles moet hij denken: een cruciale stap vergeten, kan immers veel tijdverlies en frustratie met zich meebrengen.

In dit praktische boek staan alle belangrijke aandachtsgebieden opgesomd waarmee managers te maken krijgen. Aan de hand van overzichtelijke checklisten worden alle stappen doorlopen. Zo weet de lezer zeker dat hij niets over het hoofd heeft gezien.

Over de auteur

Versillende deskundigen, elk met een eigen expertise, droegen hun steentje bij. Asha Kalijan heeft de meeste checklisten voor haar rekening genomen. Haar voornaamste expertise is het begeleiden van leidinggevenden, zowel bij het verbeteren van hun eigen prestaties als die van het hele bedrijf. Verder hebben onder meer de volgende auteurs meegewerkt: Michel Hoetmer (verkoop & marketing), Rineke Rust en Marenthe de Bruijne (creativiteit), Femke Hogema (financiën) en Yolanda Buchel (loopbaanonderhoud).



'75 checklisten voor de nieuwe manager'

ISBN 978-90-8965-075-7

Uitgeverij Van Duuren

Wij doen een boekje open over logistiek

Bestel de uitgave via: www.flandersinvestmentandtrade.be



Flanders Investment & Trade
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen