

Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

November 2012 nr. 47

Magazine van Flanders Investment & Trade, Afgiftekantoor Gent X, BC21170 Gaucherelstraat 90, 1030 BRUSSEL tel. 02 504 88 99 www.flandersinvestmentandtrade.be info@fiagency.be

Halalcertificering:
een maat voor niets?

**De Boer exporteert
de pannen van het dak**

Spanje: inpakken
of wegwezen?



- 4 **Spanje**: inpakken of wegwezen?
- 9 Radar
- 10 **Halalcertificering**: een maat voor niets?
- 14 De Boer exporteert **de pannen van het dak**
- Internationaal ondernemen én ontwikkelingslanden steunen
- 17 met onze **subsidies voor uitrustingsgoederen**
- 19 Een barometer voor het **Vlaamse exportklimaat**
- 20 Vertrek
- 22 Verknocht aan de **Indonesische levensstijl**
- 23 **Tokio** vanop de 54e verdieping



Wereldwijs is een uitgave van

Flanders Investment & Trade
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen

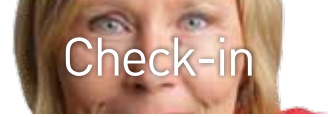
Flanders Investment & Trade
Gaucheretstraat 90
1030 Brussel
T 02 504 87 11
www.flandersinvestmentandtrade.be
wereldwijs@fitagency.be
www.linkedin.com/groups
twitter.com/fitagency

Verantwoordelijke uitgever: Claire Tillekaerts.
Eindredactie: Flanders Investment & Trade, bijgestaan door Com&Co, bureau voor bedrijfsjournalistiek.
Hoofdredactie: Dienst Marketing & Kennisbeheer Flanders Investment & Trade.
Foto's: FIT, FIF foto-filmstudio Antwerpen - www.fif-fotofilmstudio.be en Bart Lasuy.
Lay-out en druk: Vanden Broele Graphic Communications.

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

Wereldwijs wordt gratis verspreid onder bedrijven.
Wenst u een exemplaar? Stuur een mail naar wereldwijs@fitagency.be met uw adresgegevens.





Beste lezer,

Nooit eerder lag het totale exportbedrag van Vlaamse bedrijven hoger dan tijdens de eerste helft van 2012: 148 miljard euro. Dat is ruim 3% meer dan tijdens diezelfde periode vorig jaar. Een opmerkelijk resultaat en een opsteker voor wie door alle crisisberichtgeving de moed laat varen.

Uiteraard bevinden we ons in turbulente tijden, laat ons de zaken niet verbloemen. Toch bewijzen deze resultaten dat Vlaamse bedrijven zakelijke kansen blijven zien en grijpen. Vooral buiten Europa. De spectaculaire exportgroei naar de VS compenseert haast volledig het export-

verlies binnen Europa. Ook de Vlaamse export naar groeimarkten als Rusland, Brazilië, Zuid-Korea en China springen in het oog.

Voor ons komen deze cijfers niet uit de lucht gevallen. Bij veel van die verre exportstappen kon FIT zijn steentje bijdragen. Uiteraard blijven we Vlaamse ondernemingen deze ondersteuning bieden. We blijven ook bedrijven stimuleren om de stap te zetten. Niet omdat we graag records breken – al zeggen we daar niet nee tegen – maar vooral omdat een groeiende export cruciaal is voor een bloeiende Vlaamse economie.

Claire Tillekaerts
Gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade



Spanje: inpakken of wegwezen?

Zoek de juiste niche

Na een periode van sterke economische bloei is Spanje momenteel een van de zorgenkinderen van Europa. Streng besparings- en andere maatregelen moeten het land opnieuw op het juiste spoor zetten. Op het eerste gezicht geen bestemming om uw exportpijlen op te richten. Of net wel? Volgens Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) Dirk Verlee kunnen buitenlandse ondernemers nog altijd goed zakendoen in Spanje, zelfs in deze economische malaise.



Van 1986 tot 1992 woonde en werkte Dirk Verlee in Spanje en bouwde er een uitgebreid zakelijk netwerk uit. Nadien werkte hij als VLEV achtereenvolgens in Algiers, Tunis, Parijs, Los Angeles en sinds 2009 in Madrid. Hij kent als geen ander de huidige behoeftes van Spanje en tracht die zo veel mogelijk te doen invullen door Vlaamse ondernemers.

In 2004 was Spanje nog de achtste grootste economie ter wereld. Amper vijf jaar geleden bedroeg het begrotingsoverschot nog 1,9%. Hoe is de situatie zo snel kunnen keren?

Dirk Verlee: "Toen ik hier drie jaar geleden aankwam, woedde wereldwijd een financiële en economische crisis, maar volgens de Spaanse regering niet in Spanje. Toch voelden vele Spanjaarden de bui al hangen. De stijging van de vastgoedprijzen kon niet blijven duren. Hypotheekleningen werden tegen absurd voordelige voorwaarden verstrekt. Velen gingen er toch op in, want als het zou tegenslaan, konden ze hun woning – wellicht tegen een hogere prijs – toch opnieuw verkopen. En toen spatte de vastgoedbubbel uit elkaar, met de gekende resultaten."

Vertrouwt u op een spoedig herstel?

Dirk Verlee: "Weinigen zullen daarop vandaag een datum durven pinnen. Ik durf te hopen – en ik zeg dat uiterst voorzichtig – dat het ergste voorbij is. De meeste lijken zijn inmiddels uit de kast gevallen en er komen stevige besparingsrondes aan. Zo wordt de btw verhoogd en wordt de eindejaarspremie van de ambtenaren ingehouden. Na zes maanden vermindert de werkloosheidssteun van 60% van het

loon naar 50%. Belastingsschalen worden aangepast. De maatregelen hebben een impact op alle lagen van de bevolking. Uiteraard wint de Spaanse regering daar geen populariteitspunten mee, maar directe actie is noodzakelijk en bovendien stuurt Europa mee. Voorts snoeit de Spaanse overheid ook in eigen huis, om de schulden op federaal en regionaal niveau en bij de steden en gemeenten terug te dringen."

Zijn die maatregelen voldoende om de Spaanse economie terug gezond te maken?

Dirk Verlee: "Dat valt nog te bezien. Daarvoor moet ook de wereldeconomie zich herpakken. In 2012 zal het beloofde 4,4% deficit van het bbp niet worden gehaald, maar afklokken op minstens 5,8%. Een extra besparingsronde zal nodig zijn. De economische groei blijft uit, die is overigens in heel Europa vertraagd. Het aantal werklozen lijkt te stagneren, een trend die volgens bepaalde verwachtingen vanaf 2014 lichtjes zal dalen. Volgens het IMF zal in 2017 de werkloosheidsgraad opnieuw onder de grens van 20% duiken."

"Spanjaarden zijn hoogopgeleid en technische profielen zijn beschikbaar."

Dat brengt ons bij de vraag die op ieders lippen brandt: zijn er überhaupt nog zakelijke kansen voor Vlaamse ondernemers in Spanje?

Dirk Verlee: "Net omdat de situatie zo bijzonder is, kunnen ondernemers met de juiste producten of diensten zeker

terecht in de Spaanse markt. Ik denk bijvoorbeeld aan dienstverleners die gespecialiseerd zijn in audits om de bedrijfsprocessen goedkoper te maken. Voorts ontsnappen ook bepaalde nichesegmenten aan de crisis. Zo is het voedingssegment gourmet in opmars, omdat het land kijkt naar buitenlandse delicatessen die origineel en verfijnd zijn. Naast chocolade doen onze bieren het goed in Spanje, en speciaalbieren in het bijzonder. Gin tonic en speciaalbieren zijn op dit moment immers hippe dranken.”

“Veel Spaanse ondernemers vragen zich af hoe ze hun producten goedkoop kunnen uitvoeren naar de rest van Europa.”

In welke andere sectoren zijn nog kansen?

Dirk Verlee: “Naast voeding & dranken focust FIT op logistiek en de creatieve industrie. We hebben verschillende activiteiten gepland voor de audiovisuele sector. Zo organiseerden we samen met het Vlaams Audiovisueel Fonds een workshop rond de tax shelter en nodigden we enkele Spaanse producenten uit voor een b2b-geprek met hun Vlaamse collega's om samen producties te maken. We kunnen hiervoor tegenwoordig surfen op het succes van Vlaamse films als Rundskop en Hasta La Vista, die internationaal hun sporen hebben verdiend.

Ook Vlaamse logistieke spelers kunnen hier goed zakendoen, als ze grondig bestuderen hoe ze de verschillende trans-

portmodi best inzetten of terugvrachten optimaal laten renderen. Ik denk aan havens, transporteurs, spoorwegbedrijven... Vele Spaanse ondernemers vragen zich immers af hoe ze hun producten goedkoop kunnen uitvoeren naar de rest van Europa. Een mooi voorbeeld is de door Europa gepromote 'motorway of the sea', tussen Bilbao en Zeebrugge. Vrachtwagens lossen hun aanhangwagens op een boot in Bilbao. 37 uur later worden die in Zeebrugge opgepikt. Dat is niet alleen goedkoper, maar ook beter voor het milieu. Nog een sprekend voorbeeld van de logistieke opportuniteiten in Spanje is Katoen Natie. Een half jaar geleden opende de Vlaamse logistieke reus in Tarragona een terrein van 80.000 m², bestemd voor de opslag, import en verwerking van plastics, specialty chemicals en consumer goods. Zij hebben hun aanwezigheid in Spanje dus nog versterkt.”

“Er bestaan geen officiële kanalen om handelsagenten te vinden. Kom daarom naar een vakbeurs voor de juiste contacten.”

Krijgt het FIT-kantoor Madrid nog veel vragen?

Dirk Verlee: “In 2011 was er een dip, maar dit jaar hebben we in de eerste drie trimesters al meer vragen behandeld dan in 2008 en in 2009, en bijna evenveel als in 2010. Opvallend daarbij is dat het aantal Spaanse handelsvoorstellen significant is gestegen. Dat past opnieuw in het verhaal dat Spaanse ondernemers in het buitenland zoeken naar goedkopere, betere alternatieven.

Indien mogelijk, stellen wij dan Vlaamse kandidaten voor.”

Wat is vandaag de beste markt-aanpak voor Spanje?

Dirk Verlee: “Die verschilt nu niet van vroeger. Belangrijk is dat bedrijven zich goed laten vertegenwoordigen in Spanje. Handelsagenten zijn zeer moeilijk te vinden, omdat er geen officiële kanalen voor bestaan, maar daarvoor kunnen beursdeelnames een oplossing zijn. Daar kom je met de juiste personen in contact. Zorg ervoor dat je iemand in je bedrijf hebt die perfect Spaanstalig is. Het taalprobleem is immers groot in Spanje. De overgrote meerderheid van de Spanjaarden – ook in de zakenwereld – spreekt uitsluitend Spaans.

Voorts moet je rekening houden met de solvabiliteit van mogelijke partners, en niet alleen in de publieke sector. Overheden hanteren soms betalingstermijnen van twee à drie jaar. Daar moet je in je offerte rekening mee houden.”

Hoe was de handelsrelatie tussen Vlaanderen en Spanje in de afgelopen jaren?

Dirk Verlee: “Na twee opeenvolgende jaren van exportdalingen in 2008 en 2009, steeg de uitvoer naar Spanje in 2010 lichtjes. Maar het jaar nadien zagen we alweer een daling met 0,17% en was de uitvoer goed voor 7,6 miljard euro. De oorzaak moeten we wellicht zoeken in de crisis in heel Zuid-Europa. Vlaanderen exporteerde in 2011 meer naar het verre India dan naar het nabije Spanje. In 2012 slaat de crisis in volle hevigheid toe. Tijdens de eerste jaarhelft is de Vlaamse export naar Spanje gedaald met bijna 15%. Chemie en farma blijven met ongeveer 30% van de Vlaamse afzet onze belangrijkste exportbranche naar Spanje.



DO

- Bereid u voor op de notoire eentaligheid van Spanjaarden.
- Wees op uw hoede voor lange betalingstermijnen en wanbetalers.
- Informeer u over de laatste stand van zaken in het Spaanse voetbal, een dankbaar gespreksonderwerp.



DON'T

- Spreek niet over politiek, tenzij uw gesprekspartner zelf zijn overtuiging deelt.
- Scheer de verschillende regio's niet over eenzelfde kam. Naast verschillende erkende talen, zijn er ook economische en sociologische eigenheden.
- Maak geen impulsieve afspraken, bijvoorbeeld tijdens een vakantie. Laten bekoelen en strategisch denken is de boodschap.

“Net omdat de situatie zo bijzonder is, kunnen ondernemers met de juiste producten of diensten zeker terecht in de Spaanse markt.”

Aan importzijde bleef de Vlaamse invoer uit Spanje in 2011 toenemen, goed voor ongeveer 5,4 miljard euro. Opvallende stijgers waren machines, onedele metalen en chemie en farma. Tijdens de eerste jaarhelft 2012 zien we echter een daling met 3,7%.”



Boven: Dirk Verlee matcht Spaanse en Vlaamse bedrijven.

Tot slot, zijn er culturele verschillen waarmee de Vlaamse ondernemer rekening moet houden?

Dirk Verlee: "Het imago van de Spaanse zakenman die traag en conservatief is en zijn afspraken niet nakomt, klopt niet. Dat dit beeld nog leeft bij veel buitenlandse ondernemers is jammer: ik ontmoet net veel moderne ondernemers die ambitieus zijn om hun werkterrein internationaal uit te breiden. Je merkt dat er een mentaliteitswijziging plaatsvindt. Dat is misschien een van de weinige positieve gevolgen van de crisis. Tot vijf jaar geleden was voor veel Spaanse ondernemers de interne markt voldoende, nu worden ze willens nillens gedreven naar het buitenland.

Aan kennis ontbreekt het Spanje alvast niet. De bevolking is hoogopgeleid en

heeft ook technische profielen. Het land telt enkele van de meest toonaangevende business schools in Europa. Alleen kunnen ze niet bogen op een lange exportgeschiedenis, zoals Vlaanderen wel kan. Als ze exporteren, kijken ze traditioneel eerst naar Zuid-Amerika, vanwege de historische band. Uiteraard willen we dat Vlaanderen hun belangrijkste handelspartner in Europa wordt!"

Belangrijkste Vlaamse exportproducten naar Spanje (2011):

farmaceutica (13,03%)
kunststoffen (9,89%)
organische chemie (8,08%)
machines, mechanische werktuigen (8,14%)
transportmaterieel wegvervoer (7,87%)

Belangrijkste Vlaamse invoerproducten uit Spanje (2011):

wagens (23,99%)
organische chemie (10,43%)
minerale brandstoffen (9,83%)
machines en mechanische apparatuur (5,86%)
kunststoffen (4,44%)



Factsheet Spanje

- **Oppervlakte:** 505.992 km²
- **Aantal inwoners:** 46.235.000 (2011)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Alicante:** 9.955 (2012)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Barcelona:** 6.032 (2012)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Tenerife:** 2.640 (2012)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Madrid:** 4.033 (2012)
- **Officiële talen:** Castiliaans (Spaans), Catalaans, Baskisch, Galicisch en Aranees
- **Munteenheid:** euro
- **Weetje:** Spanje is 's werelds grootste producent en exporteur van olijfolie
- **Aandeel economische sectoren in bbp (2011)**
 - landbouw, bosbouw en visserij 5,7%
 - industrie 26,8%
 - diensten 67,5%
- **Belangrijkste exportbestemmingen (2011)**
 - Frankrijk 18,2%
 - Duitsland 10,3%
 - Portugal 8,1%
 - Italië 8%
 - VK 6,5%
- **Belangrijkste leveranciers (2011)**
 - Duitsland 12,8%
 - Frankrijk 11,6%
 - Italië 7%
 - China 5,8%
 - Nederland 5%

Wat staat binnenkort op ons programma voor Spanje?

* Madridfusion – 21 tot 23 januari 2013

Op de belangrijkste gastronomische conferentie ter wereld is Vlaanderen via FIT aanwezig met een stand, in samenwerking met Taste Flanders.

* Mobile World Congress – 25 tot 28 februari 2013

FIT zal opnieuw met een stand aanwezig zijn op deze wereldtopbeurs, waar de laatste nieuwigheden op het vlak van mobiele telefonie worden aangekondigd en voorgesteld.

* Multisectorale zending Catalonië – 11 tot 14 maart 2013

FIT-Barcelona ontvangt Vlaamse exporteurs in de regio en stelt een b2b-afsprakenprogramma op maat op.

* Uitnodiging inkoper grote Spaanse groep naar Vlaanderen – september 2013

Vlaamse exporteurs krijgen de kans om in Vlaanderen een vertegenwoordiger van een grote Spaanse groep te ontmoeten, inclusief een persoonlijk gesprek.

* Conferentie-roadshow logistiek – november 2013

FIT neemt de Vlaamse logistieke sector mee om promotie te voeren rond de mogelijkheden die Vlaanderen biedt aan logistieke bedrijven in het algemeen en aan de Spaanse logistieke spelers in het bijzonder.

Meer info vindt u op www.flandersinvestmentandtrade.be.



Vinger aan de pols

Gezien de doorlooptijd van een printmagazine kunnen we hierin niet de allerlaatste berichtgeving brengen. Oktober wordt een beslissende maand voor Spanje, met enkele belangrijke meetings op de agenda. Zo zullen de Spaanse problemen ongetwijfeld worden besproken op de Europese top. Die vindt plaats op 18 en 19 oktober 2012 in Brussel.

Uiteraard volgt FIT de ontwikkelingen in Spanje op de voet. Stel uw vragen over zakendoen in Spanje aan het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt.

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

Onze medewerkers helpen u graag verder.



Voortdurend voeren onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) marktstudies en desk research uit. Geen zakenopportuniteit 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



« Diepgevroren convenience food in Duitsland

Deze studie richt zich op bedrijven die van plan zijn om in de nabije toekomst de Duitse markt te betreden. Naast een beschrijving van de Duitse convenience foodsector, bevat de studie ook een lijst met adressen van 115 groothandelaars en importeurs. Zo wordt uw eerste zoektocht naar potentiële afnemers van convenienceproducten meteen een stuk eenvoudiger. Voorts is er ook een lijst bijgevoegd met twintig geregistreerde en zorgvuldig geselecteerde handelsagenten, en krijgt u een overzicht van de belangrijkste internationale voedingsbeurzen en interessante websites.



Aanvullende financieringsbronnen in Duitsland - Focus op creatieve en innovatieve industrieën

Ons kantoor in Berlijn geeft u in deze paper een overzicht van de mogelijkheden die er in Duitsland zijn op het gebied van aanvullende en alternatieve financieringsbronnen. Speciale aandacht gaat daarbij naar creatieve en innovatieve industrieën. Dit overzicht is geen ellenlange opsomming van kapitaalverschaffers, maar eerder een startpunt waarin we de belangrijkste contacten en links aan u voorstellen. Bedrijven vinden er een aanzet in hun individuele zoektocht naar kapitaalverschaffers in Duitsland.

Farmaceutische en medische sector in Ierland

Ierland is een van de belangrijkste hubs ter wereld op het gebied van farmaceutische producten en medische hulpmiddelen. Voor Vlaamse toeleveranciers aan de farmasector blijft Ierland een boeiende en uitdagende markt. Deze studie biedt u een overzicht van de farmaceutische sector, van de medische hulpmiddelen en van de gezondheidssector in Ierland. Daarnaast vindt u er ook een lijst met de belangrijkste producenten en verdelers van geneesmiddelen, medische hulpmiddelen en laboratoriummateriaal.



Download deze marktstudies op
www.flandersinvestmentandtrade.be.



APPROVED

Halalcertificering:
een maat voor niets?

De islamitische term 'halal' geeft aan wat moslims mogen doen of eten. Bedriegen, stelen, gokken, tatoeages laten zetten... allemaal verboden terrein of 'haram'. Voor halalvoedsel bestaan heel wat regels rond de herkomst, teelt, transport, behandeling en verpakking. In veel landen gaat de toegangspoort pas open op vertoon van een halalcertificaat. De haven van Zeebrugge beschikt bijvoorbeeld sinds juli over een halalcertificaat. Daarmee verzekert de haven dat een container met halalproducten in de logistieke keten halal wordt behandeld. Wereldwijd vroeg toelichting aan een aantal ervaringsdeskundigen.

Halalexpert Karijn Bonne (Karijn Bonne Consulting) en ondernemers Koen De Praetere (Volys Star) en Willy Geeraerts (Barry Callebaut) zaten met Wereldwijd rond de tafel. Ze vertelden vanuit hun ervaring over het nut van halalcertificaten en de moeilijkheden die ermee gepaard gaan, maar ook over de opportuniteiten die eruit kunnen voortvloeien.

Karijn Bonne:
"Naargelang de stroming binnen de islam, treden er verschillen op in de halalvoorschriften."

De vlag 'halal' dekt vele ladingen. Wat zijn de belangrijkste regels in de voedingssector?

Karijn Bonne: "Vlees is het strengst gereguleerd in de islamitische voorschriften. In de Koran staat: "Hij heeft voor jullie slechts verboden wat vanzelf is doodgegaan, bloed, varkensvlees en vlees van iets waarover iets anders dan Allah is aangeroepen." Klinkt duidelijk, maar islamitische geleerden hebben dit gebod uitgebreid op basis van interpretaties van andere Koranverzen en de Hadith, een verzameling verhalen over de profeet Mohammed. Daardoor treden er, naargelang de stroming binnen de islam, verschillen op. In België bijvoorbeeld volgen moslims van Turkse origine de Hanafi-stroming: zij mogen geen mosselen en kreeft eten. Moslims van Maghrebijnse oorsprong zijn hoofdzakelijk Maliki en mogen wel zeevruchten eten.

Opdat een voedselproduct halal zou zijn, moet de hele keten – van boer tot bord – beantwoorden aan voorgeschreven regels. Elke fase bevat risico's, op product- en procesniveau. Zodra tegen een van de regels wordt gezondigd, is het product in principe niet langer halal maar haram."

Waarom was een halalcertificaat nodig?

Koen De Praetere: "Volys Star maakt charcuterie, gepaneerde producten en

maaltijdcomponenten op basis van kip en kalkoen. Met charcuterie werd gestart in de jaren 70 en al vrij snel vroeg een Franse klant of we halalproducten leverden. Omdat we niet met varkensvlees werken, was er geen risico op contaminatie of kruisbesmetting. Dat argument was in het begin voldoende om te leveren aan moslimklanten. Later werden de eisen strenger en werd het een kwestie van vertrouwen in de producent of in een halalcertificeerder. Onze export breidde zich nadien uit naar andere landen waar soms verplicht werd dat we een halalcertificaat van een aangeduide certificeerder konden voorleggen. Sindsdien werken we met verschillende certificeerders."

Koen De Praetere:
"Het probleem is dat in sommige importerende landen de overheid een certificeringspartner oplegt waarmee je moet werken, en dat is niet altijd de zelfde."

Willy Geeraerts: "Ook wij krijgen al jaren af en toe de vraag van klanten of onze producten halal zijn. We maken chocolade, bestemd voor industriële klanten. De grondstoffen – behalve melkpoeder en boterolie – zijn plantaardig, dus die zijn sowieso halal.

We hebben toen wel ons licht opgestoken bij verschillende certificeringsinstellingen, maar daar werden we niet wijzer van. Procedures en bijbehorende kosten liepen zeer sterk uiteen en hoe weet je of je met de juiste certificeerder in zee gaat? Aanvankelijk volstond een eigen certificaat dat aangaf dat onze producten halal waren.

Vorig jaar hebben we ons onder druk van een grote klant uit Indonesië intensief verdiept in de materie. We hebben toen rechtstreeks contact opgenomen met een organisatie in Indonesië – een van de strengste ter wereld – en gevraagd welke officiële instantie zij in Europa erkennen. Daarop kregen we een duidelijk ant-

woord en in enkele weken tijd was onze halalcertificering rond."

Willy Geeraerts:
"Er is veel kaf en weinig koren. Ook wij hebben in het begin verkeerd gegokt. Uiteindelijk hebben we pas via onze klant de juiste certificeringsinstelling gevonden."

Karijn Bonne: "De complexiteit en het ontbreken van een universele of Europese standaard maken het ondernemers inderdaad niet makkelijk. Halaldistributeur Halal Industries inventariseerde maar liefst 65 certificeringsorganisaties in Europa, waarvan 8 in België en 22 in Frankrijk, elk met eigen criteria en controlemethodes."

Moet de overheid niet zorgen voor een wettelijke standaard?

Karijn Bonne: "De regering mengt zich niet in de controle van de halalketen, zoals dat wel het geval is voor het label 'biologisch'. Het federaal voedselagentschap FAVV is verantwoordelijk voor de voedselveiligheid, maar is niet bevoegd om de religieuze elementen te controleren.

De halalketen omvat vele aspecten, maar vandaag zien we dat vooral de verdooving voor de slachting voor discussie zorgt, zowel binnen als buiten de moslimgemeenschap. In de geschriften staat geen gebod of verbod in verband met verdooving, een techniek die toen immers nog niet bestond. Aangezien bloed en vlees van dieren die al dood zijn op het moment van de slachting, verboden zijn, neigen de meeste interpretaties naar het onverdoofd slachten. Het dier moet volledig kunnen uitbloeden en verdooving mag niet leiden tot de dood voor het slachten. Maar volgens de Belgische wetgeving moet elk dier dat wordt geslacht voor

menselijke consumptie, vooraf worden verdoofd. Er geldt echter een uitzondering voor religieuze slachtingen. Twee jaar geleden diende de Raad voor Dierenwelzijn een advies in om die uitzondering uit de wetgeving te halen.”

Dus tot er een Europese standaard komt, zijn alle ondernemers aangewezen op zichzelf?

Willy Geeraerts: “Er is veel kaf en weinig koren. Ook wij hebben in het begin verkeerd gegokt. Uiteindelijk hebben we pas via onze klant de juiste certificeringsinstelling gevonden. Onze certificeerder geniet wederzijdse erkenning van zijn certificaat in de hele wereld.”

Willy Geeraerts:
“Procedures en bijbehorende kosten lopen zeer sterk uiteen en hoe weet je of je met de juiste certificeerder in zee gaat?”

Koen De Praetere: “Het probleem is dat in sommige importerende landen de overheid een certificeringspartner oplegt waarmee je moet werken, en die is niet altijd dezelfde. Daar valt weinig tegen in te brengen. Het is namelijk niet omdat je een halalcertificaat hebt voor het ene land, dat je daarmee ook naar een ander land mag uitvoeren.

De verschillen tussen de regio's zijn groot. In landen met een moslimmeerderheid zoals in het Midden-Oosten, stelt men zich doorgaans niet de vraag of iets halal is, omdat ze ervan uitgaan dat alles sowieso halal is. De verwachtingen blijven gewoonlijk beperkt tot het correct slachten, al of niet met verdoving. In landen met een belangrijke niet-moslimgemeenschap zoals Indonesië of Maleisië, is men daarentegen heel attent en bekijkt men halal ruimer: niet alleen het slachten, maar ook (dierlijke) ingrediënten – zowel in voeding als in niet-voedselproducten – worden er onder de loep genomen.

In landen met een moslimminderheid zoals Europa, is er niet altijd voldoende kennis over halal. Soms worden uit onwetendheid heel strenge eisen gesteld die in de praktijk moeilijk haalbaar zijn. Het is dus niet gemakkelijk om voor alle markten een gepaste oplossing te vinden. Wij hebben zelf het initiatief genomen om de verschillende verwachtingen in kaart te brengen en een oplossing uit te werken

ken die ons toelaat het grootste deel van de totale halalwereldmarkt te bereiken. Door ons rechtstreeks te laten certificeren door officiële halalcertificeerders zoals Jakim (Maleisië) en MUI (Indonesië), bereikten we ook de nodige internationale erkenning. En dat het Belgische HFCE naast Azië nu ook meer en meer in het Midden-Oosten wordt aanvaard, maakt export er alleen makkelijker op.”

Karijn Bonne:
“Volgens een Canadese studie uit 2010 is de globale halalvoedselmarkt ongeveer 632 miljard dollar waard, ongeveer 17% van de globale voedselindustrie.”

Waarin verschillen de certificeringsorganisaties het meest?

Karijn Bonne: “Naast het al dan niet toelaten van verdoving voor de slachting, worden ook de slachtmethode voor pluimvee en de auditmethode van het productieproces veelal anders geïnterpreteerd.”

Koen De Praetere: “Afhankelijk van de strekking moeten dieren handmatig worden geslacht, maar er zijn ook certificeringsorganisaties die mechanisch slachten voor pluimvee toestaan. Manueel slachten is wel duurder, het is een extra kost die niet iedereen wil betalen. Daarnaast vinden sommige certificeerders het voldoende om één of twee keer per jaar de productiesite of de slachterij te bezoeken. Anderen willen regelmatig of permanent komen controleren. Bij producenten die ook niet-halal producten maken, wensen sommigen dat bij elke overschakeling op halalproductie een controle zou moeten plaatsvinden, tenzij een aparte productielijn is voorzien. Anderen vertrouwen dan weer meer op de afgesproken reinigingsprocedures. Uiteraard hebben al deze werkwijzen een ander kostenplaatje waar de klant niet altijd rekening mee houdt.”

Welke impact heeft het behalen van een halalcertificaat gehad op uw bedrijf?

Willy Geeraerts: “Voor de halalchocolade hebben we één ingrediënt aangepast. Alcohol is verboden voor moslims. Natuurlijke vanille wordt echter geëxtraheerd met alcohol. Daarvan blijft nadien vrijwel niets over, maar we wilden de discussie vermijden en hebben gekozen

voor de halalversie.”

Koen De Praetere: “Een halalcertificaat op zich heeft voor ons niet zo veel waarde – het al of niet kunnen voldoen aan de halalverwachtingen van de verschillende klanten of landen is wel belangrijk. Een certificaat is eerder een bevestiging dat aan die verwachtingen werd voldaan. Omdat we enkel gevogelte verwerken was de impact op onze bedrijfsvoering best beheersbaar, zeker omdat de wereldwijd opgedane kennis over halal ons toeliet om met meer kennis van zaken halal te integreren. Daardoor kunnen we, naast Europa, inspelen op de snelgroeende markten in het Midden-Oosten en Azië.

Koen De Praetere:
“Wij hebben zelf het initiatief genomen om de verschillende verwachtingen in kaart te brengen en een oplossing uit te werken waarmee we het grootste deel van de halalwereldmarkt kunnen bereiken.”

Kortom, het loont de moeite om de inspanning te doen?

Karijn Bonne: “Elk bedrijf moet zelf de kosten-batenanalyse maken, maar de halalmarkt groeit inderdaad stevig. De totale moslimbevolking wordt geschat op 1,6 miljard, goed voor bijna een kwart van de wereldbevolking. Volgens een Canadese studie uit 2010 zou de globale halalvoedselmarkt ongeveer 632 miljard dollar waard zijn, ongeveer 17% van de globale voedselindustrie.”

Koen De Praetere: “Ook in andere sectoren produceren bedrijven specifiek voor de halalmarkt. In cosmetica, waar enkel dierlijke componenten die halal zijn worden gebruikt als ingrediënt. Of snoepgoed waarin gelatine wordt verwerkt dat van halallunderen afkomstig is en niet van varkens. Idem voor geneesmiddelen. Of een gewoon huishoudproduct zoals een borstel, dat niet van varkenshaar is gemaakt ...

De haven van Zeebrugge heeft daar slim op ingespeeld en is klaar voor zowel de import en export van halalproducten. Want ook die trend zullen we zien: de halalregels zullen verstrengen en van toepassing zijn op de hele keten – vanaf de grondstoffen tot bij de eindconsument.”

? Grijp uw kans!

Als u deze rubriek geregeld leest, dan kent u het principe: een rondetafel-gesprek met een expert en enkele bedrijven over een mogelijk obstakel dat ondernemers tegenkomen op hun weg naar internationaal ondernemen. Is er een onderwerp waarover u graag een Turbulentie zou lezen, laat het ons weten! We horen uw suggesties graag op wereldwijs@fitagency.be.

? Vragen over de halalreglementering?

FIT vertelt u meer over de nodige vereisten. We kunnen u ook helpen bij de zoektocht naar de erkende halalcertificeringsorganisaties. Neem daarvoor contact op met Jan Bruffaerts via jan.bruffaerts@fitagency.be.

? Zet deze conversatie verder op LinkedIn

Hopelijk is dit gesprek slechts een aanzet. Heeft u zelf goede of minder goede ervaringen met het behalen van een halalcertificaat? Twijfelt u nog en zoekt u advies of tips van collega-ondernemers? Dan nodigen we u uit om verder te praten in onze LinkedIn-groep, op basis van een rake stelling uit Turbulentie. Laat uw stem horen!



Ons panel



Karijn Bonne
(Karijnbonneconsulting)

Karijn Bonne studeerde af als licentiaat Handelswetenschappen optie Marketingmanagement en is doctor in de Toegepaste Biologische Wetenschappen. Ze werkte mee aan het FP6 Europese project Dialrel over rituele slachting en verzorgde mee de focusgroepen met moslim- en joodse consumenten in België, Nederland en Frankrijk. Verder was ze lid van de adviesgroep rituele slachting van de FOD Volksgezondheid. Momenteel werkt Karijn Bonne als docent en onderzoeksmedewerker aan de Gentse Arteveldehogeschool, opleiding Bedrijfsmanagement. Dat combineert ze met consultancy en het geven van lezingen.

www.karijnbonneconsulting.be



Koen De Praetere
(Volysstar)

Koen De Praetere is Algemeen Directeur bij Volys Star, specialist in gevogelteproducten met toegevoegde waarde. Het bedrijf verkoopt wereldwijd aan consumenten, de foodservice en industrie. Sinds 2006 volgt hij de internationale halalproblematiek op de voet. Hij werkte onder meer mee aan de Halal Standaarden over Slachten & Foodservice van de International Halal Integrity Alliance (verbonden aan de Chamber of Commerce & Industry, OIC, Jeddah) en aan de haalbaarheidsstudie voor het opstellen van een Europese Halal-norm (CEN). Daarnaast werd hij ook gevraagd als spreker op internationale Halal Conferenties zoals het World Halal Forum (Kuala Lumpur, London) en het World Islamic Economic Forum (Astana). Voor hij bij Volys Star aan de slag ging, werkte Koen De Praetere ook nog voor Aveve en Vandemoortele.

www.volysstar.be



Willy Geeraerts
(Barry Callebaut)

Willy Geeraerts werkt al sinds 1985 bij Barry Callebaut, 's werelds grootste chocoladefabrikant. Hij startte er als QA Manager Wieze en groeide door tot QA Manager Benelux. Nadien nam hij de functie op van Corporate Director QA and Environmental Issues. In 2007 bekroonde het Vlaams Centrum voor Kwaliteitszorg hem tot 'Kwaliteitsmanager van het jaar'. Vandaag is Willy Geeraerts Corporate QA, Director Special Projects.

www.barry-callebaut.com



De Boer exporteert de pannen van het dak

Van bescheiden kmo tot
bloeiende wereldspeler

Twintig jaar geleden was De Boer vooral gekend in Schoten en omstreken. België telde toen ongeveer veertien dakbedekkingsproducenten en in grootte bengelde het familiebedrijf rond de voorlaatste plaats. Vandaag is het een bloeiende onderneming, met ongeveer vierhonderd medewerkers op de payroll. De bitumineuze waterdichtingssystemen maken ook internationaal furore. DuO, het paradepaardje van het bedrijf, wordt door vele bouwspelers beschouwd als de Rolls-Royce onder de dakmembranen.

Hoe groeit een klein Vlaams bedrijf uit tot een organisatie met een wereldreputatie op het vlak van dakbedekking? Dat wilde Wereldwijd graag weten. Daarom belden we samen met Marc Van der Linden, bij FIT de Adviseur Internationaal Ondernemen van het provinciaal kantoor Antwerpen, aan in Schoten. Oliver Verdickt, Area Manager Asia Pacific bij De Boer, doorloopt samen met ons de bedrijfsgeschiedenis in vogelvucht.

Van onder de kerktoeren

Marc Van der Linden: "De Boer is opgericht door Frans De Boer in 1922, ondertussen staat de derde generatie aan het roer. Voer het bedrijf al van in het begin een internationale koers?"

Oliver Verdickt: "Toen onze huidige CEO Dirk Mertens en zijn vrouw, de kleindochter van de stichter, iets meer dan twintig jaar geleden aan boord kwamen, was De Boer nog een echt commoditybedrijf en hoofdzakelijk actief in eigen land. Als econoom beseftte Dirk vrij snel dat een verandering nodig was om groei te blijven verzekeren. Daarom koos hij bewust voor een flinke uitbreiding van het actieterrein, ver over de grenzen heen."

Eieren in verschillende manden

Marc Van der Linden: "Hoe werd het bedrijf klaargestoomd voor internationalisering?"

"Dankzij onze eigen R&D kunnen we snel inspelen op de behoeften van klanten, overal ter wereld."

Oliver Verdickt: "Het louter exporteren van dakrollen alleen zou onvoldoende zijn geweest. Onder impuls van het management groeiden we uit van een zuiver commoditybedrijf naar een producent die toegevoegde waarde leverde.

Daarvoor werden twee volwaardige po-

ten binnen het bedrijf gecreëerd: de divisies dakbedekking en afwerking. Beide bedrijfstakken draaien elk ongeveer dezelfde omzet: in 2011 goed voor ongeveer 25 miljoen euro elk. In de afwerkingsdivisie, waar vooral handenarbeid gebeurt, werken ongeveer 340 personeelsleden. Daarmee blijven we bijna uitsluitend in de Benelux. Onze dakbedekkingstak telt zo'n 60 medewerkers, daar is veel meer geautomatiseerd. Zij verkopen niet alleen producten, maar ook diensten. Met deze divisie zijn we zeer exportgericht en staan we intussen sterk in Europa en Azië.

Voorts blijft het management het beleid verfijnen en verwerven we nieuwe capaciteiten. Zo hebben we in de afgelopen drie jaar een bedrijf actief in groendaken en een start-up in safety overgenomen. Zo blijven we onze klanten een aantrekkelijk pakket aanbieden."

DuO, schot in de roos

Marc Van der Linden: "Wat betekende de doorbraak voor De Boer?"

Oliver Verdickt: "Samen met een ingenieursbureau ontwikkelde onze R&D-afdeling een uniek product: DuO, een dakmembraan met een verschillende coating op onder- en bovenzijde. Normaal hebben dakmembranen één coating die zorgt voor de waterdichtheid. Maar, de onderzijde van een dakbedekking moet zeer goed kleven en hechten, terwijl de bovenzijde net niet mag kleven, want daar moet je kunnen op lopen. Ook uv- en vuurbestendigheid zijn vereisten. Met DuO kunnen we inspelen op verschillende klimaten. Een dakbedekking in Denemarken moet immers aan andere eisen voldoen dan in Maleisië bijvoorbeeld."

Marc Van der Linden: "Is DuO gepatenteerd?"

Oliver Verdickt: "Nee, daarvoor moet je de technologie beschrijven en dat wilden we niet. Inbreuken zijn trouwens

erg moeilijk te controleren. Concurrenten hebben al meermaals DuO proberen te kopiëren, maar zonder succes."

"De kredietwaardigheid van een lokale partner mag nog perfect in orde zijn, als er geen persoonlijke klik is, springt alles af."

Innovatie en kennis als grootste exporttroeven

Marc Van der Linden: "De lancering van DuO dateert al van twee decennia geleden. Door continue innovatie blijft het nog altijd het sterproduct van De Boer. Zoekt de R&D-afdeling naar nieuwigheden op vraag van klanten?"

Oliver Verdickt: "We houden rekening met meerdere zaken. Zo vormen veranderingen in wetgeving de aanzet voor innovatie. Als daken vuurbestendig moeten zijn, bijvoorbeeld, of als niet langer met een open vlam op daken mag worden gewerkt. Dan ontwikkelen we daarvoor oplossingen. Ook trends kunnen een nieuw begin betekenen, zoals de groendaken, waarvoor we een wortelbestendig membraan hebben ontwikkeld. Ook de evolutie naar ecologisch en vooral isolerend bouwen, is voor ons een zegen. Energieverbruik is wereldwijd een hot topic. Dankzij onze eigen R&D kunnen we snel inspelen op de behoeften van klanten, overal ter wereld.

Daarnaast betekenen onze kenniscentra, die zeer specifieke knowhow opbouwen rond een vakgebied, een grote troef in export, en bijgevolg, groei. Je ziet vaak bedrijven die hun product in een buitenlandse markt plaatsen via een lokale distributeur, zonder technische ondersteu-

Tip!

Zorg ook in het buitenland voor technische ondersteuning, zodat uw product optimaal in de markt wordt gezet.

ning. Daarbij kan er veel misgaan, want je hebt niet langer controle over de correcte toepassing. Als dat gebeurt, loopt je merk op korte termijn veel schade op. Wij stellen die technische ondersteuning wel ter beschikking en bieden best practices via onze kenniscentra.”

Geen holle verkooppraatjes

Marc Van der Linden:

“In de bouwsector wordt nogal belang gehecht aan traditioneel gebruik. Kunnen jullie die innovatieve producten makkelijk aan de man brengen?”

Oliver Verdickt: “Verandering teweegbrengen verloopt niet altijd van een leien dak, maar het kan wel. Engineering, calculaties, ondersteuning ter plaatse en follow-up van installaties helpen om beloftes waar te maken. Dat rechtvaardigt de soms duurdere prijzen die we hanteren.

“Markten zijn voortdurend in beweging. Een ervaring van tien jaar geleden geldt vandaag niet meer, dus een markt afschrijven, doen we nooit.”

Onze focus ligt op kwaliteit; we beloven bijzonder duurzame producten. Door een doorgedreven kwaliteitscontrole kunnen we dat ook staven. Zo laten we externe laboratoria stalen van onze daken in verschillende landen onderzoeken na tien, vijftien en twintig jaar. De resultaten dienen niet alleen om onze klanten te overtuigen, maar zijn ook nuttig voor onze R&D. Want als we weten hoe de verschillende componenten zich na verloop van tijd in een reële omgeving gedragen, kunnen we ze blijven optimaliseren.”

Eerst projectmarkt, dan structurele aanpak

Marc Van der Linden: “Hoe worden nieuwe markten aangeboord?”

Oliver Verdickt: “Vaak is een bepaald project de aanleiding, maar we hanteren ook een gerichte exportstrategie. Voor een grondig marktonderzoek doen we gewoonlijk een beroep op FIT. Daarnaast interviewen we ter plaatse architecten, aannemers en facility managers. Voor we een beslissing nemen, onderzoeken

we ook de kredietwaardigheid van mogelijke partners. Maar die mag nog perfect in orde zijn, als er geen persoonlijke klik is, springt alles af.

In Zweden, Duitsland en het VK hebben we een eigen vertegenwoordiger die rondom zich een groep van professionals, meestal uitvoeringsbedrijven, verzamelt die de voorkeur geeft aan onze producten. In Denemarken werken we met een exclusieve distributeur. Ikzelf ben verantwoordelijk voor de regio Azië-Pacific, waar ik een netwerk van lokale ambassadeurs in verschillende landen heb uitgebouwd.”

Timing is alles

Marc Van der Linden: “Zijn er ook markten waar jullie geen interesse voor hebben?”

Oliver Verdickt: “We houden ogen en oren voortdurend open voor nieuwe uitdagingen, maar veel hangt af van de attitude tegenover waardecreatie en duurzaamheid in dat land. Ook timing is een zeer doorslaggevende factor. Zo hebben we tien jaar geleden onze eerste stappen gezet in India. Naast een verschillende kijk op duurzaamheid, mochten we het uitvoerend personeel – allemaal uit een lage kaste – geen opleiding geven. We hebben onze inspanningen toen gestaakt. Vandaag is de situatie misschien al veranderd. Een markt afschrijven, doen we nooit.

“Veranderingen in wetgeving, attitude en trends vormen de aanzet voor innovatie.”

Nog een voorbeeld van hoe je op het juiste moment een slag kan slaan, is onze aanwezigheid in Nieuw-Zeeland. Tijdens mijn heenvlucht las ik op de voorpagina van een krant: ‘The leaky building syndrome’, een artikel dat de slechte kwaliteit van de waterdichting in veel gebouwen aankaarte. Meteen had ik de gedroomde openingszin. We vonden er de juiste partner en hebben er ondertussen al veel projecten gerealiseerd.”

Teamprestatie

Marc Van der Linden: “Wat vind je het leukste aspect van je internationale job?”

Oliver Verdickt: “Het gevoel dat we als team veel realiseren. Vaak moet ik op korte tijd over veel info beschikken. Mijn collega’s hier in Schoten bezorgen me zo snel mogelijk alle gevraagde info zoals checklijsten, berekeningen en andere input, toegespitst per land. Ze zorgen ervoor dat telkens de juiste producten worden geproduceerd en dat ze op tijd op de juiste bestemming belanden. Bij ons zijn er geen onemanshows, maar groepsprestaties. Bovendien merk je bij alle medewerkers van De Boer een grote passie voor hun job, en dat maakt het bijzonder fijn werken.”



→ ID

- **Bedrijf:** De Boer
- **Sector:** bouw
- **Opgericht in:** 1922
- **Omzet in 2011:** ± 50 miljoen euro (groep De Boer)
- **% van omzet 2011 gerealiseerd in het buitenland:** 30% van 25 miljoen euro (divisie dakbedekking)
- **Structureel aanwezig in:** 23 landen
- **Hoofdkwartier:** Schoten
- **Aantal medewerkers:** ± 400

🔗 Klaar voor de volgende stap in uw internationaliseringsproces?

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



Internationaal ondernemen én ontwikkelingslanden steunen met onze subsidies voor uitrustingsgoederen

Vlaamse kmo's kunnen via FIT subsidies krijgen wanneer ze uitrustingsgoederen – machines of materieel met een hoge stukwaarde voor gebruik in de productie of in de handel, of andere kapitaalgoederen – naar ontwikkelingslanden exporteren. Een initiatief waar zowel de kmo als het exportland beter van wordt.

Dankzij onze subsidies voor uitrustingsgoederen maakt uw bedrijf aanspraak op een flinke steun bij de export naar ontwikkelingslanden. Een uitgelezen kans om uw business op internationaal vlak uit te breiden.

Exportpromotie en ontwikkelingssamenwerking

Bovendien levert de subsidie een winst situatie op. Enerzijds heeft het ontwikkelingsland in kwestie er baat bij, aangezien het een rechtstreekse korting geniet op de aankoop prijs van de Vlaamse uitrustingsgoederen. Aan de andere kant behoudt de Vlaamse kmo

haar internationale concurrentiekracht. De subsidiëring van uitrustingsgoederen is, kortom, een vruchtbare combinatie van exportpromotie en ontwikkelingssamenwerking.

Subsidie van 35% of 50%

Welke landen precies in aanmerking komen, is vastgelegd door de OESO-conventie. Jaarlijks publiceert de OESO een geüpdatete lijst van ontwikkelingslanden. De omvang van onze subsidie hangt af van het statuut van het ontwikkelingsland. Voor de Minst-ontwikkelde Landen (MOL) zoals Cambodja, Haïti, Jemen en Senegal, komen we voor maar liefst 50%

“Door de subsidie voor de export van uitrustingsgoederen tracht de Vlaamse overheid de concurrentiepositie van Vlaamse kmo's op bepaalde buitenlandse markten te verstevigen.”

Christophe Boone, verantwoordelijke uitrustingsgoederen FIT

van het contractbedrag tussenbeide, op voorwaarde dat de projectprijs niet meer dan 495.000 euro bedraagt. Voor de resterende groei- en ontwikkelingslanden zoals Armenië, Bolivia, Egypte en Zimbabwe, is de subsidie vastgelegd op 35%, met een maximaal contractbedrag van 740.000 euro.

De steunmaatregel geldt voor Vlaamse kmo's en is beperkt tot twee aanvragen per jaar. Een andere voorwaarde is dat de aanvrager de goederen direct bij de eindverbruiker aflevert. Op die manier krijgt de lokale onderneming geen extra kosten voorgeschoteld. Ten slotte moet de koopkracht van de eindgebruiker voldoende worden aangetoond aan de hand van financiële informatie.

Een succesverhaal

Tal van Vlaamse ondernemers hebben in het verleden al met succes een beroep gedaan op onze subsidies voor de export van uitrustingsgoederen. De projecten die ze daarmee opstarten, hebben hun bedrijf blijvend op de internationale kaart gezet. Bovendien plukt de kmo er niet alleen financieel de vruchten van, de internationale projecten stralen ook een pak vertrouwen uit naar oude en nieuwe klanten.

“De firma Meersschaert Giropan nv vervaardigt onder meer textielmachines. Al een vijftal jaar maken we gebruik van de FIT-subsidies voor export van uitrustingsgoederen. Op die manier hebben we al flink wat nieuwe gebieden verkend. Zo hebben we onze markt uitgebreid naar landen als Guatemala, India en Indonesië – delen van de wereld waar we anders misschien niet zouden investeren. We hebben er niet alleen zelf baat bij, ook onze plaatselijke klanten plukken er de vruchten van. Zij kunnen onze producten immers aan een sterk verlaagde prijs aankopen. Het is, kortom, een fijne manier om nieuwe klanten over de streep te trekken.”

Guy Meersschaert, voorzitter Meersschaert Group nv

❓ Doe een beroep op onze expertise!

Stelt u voor het eerst een subsidiedossier voor uitrustingsgoederen op? Dan raden we u een persoonlijk gesprek aan met onze experts in huis. Contacteer ons op 02 504 87 86 of via e-mail op christophe.boone@fitagency.be.

❓ Alle info op onze website

Bent u geïnteresseerd in deze subsidie? Op www.flandersinvestmentandtrade.be – doorklikken naar 'subsidiën' – vindt u alle informatie en kan u een aanvraagformulier downloaden. De Word-versie van dat formulier kan u verkrijgen bij Christophe Boone via christophe.boone@fitagency.be.

Factbook 2012

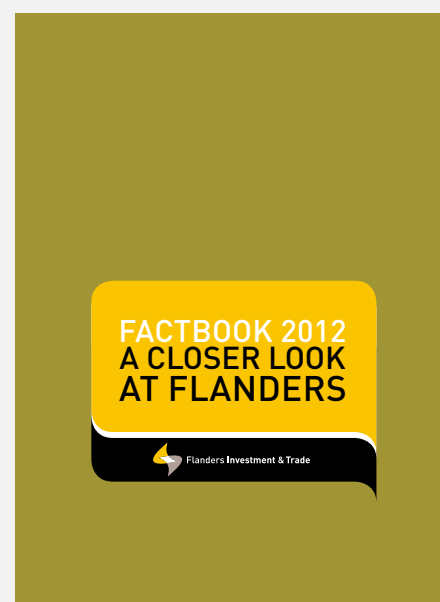
A closer look at Flanders

Een compacte kijk op de Vlaamse internationalisering

Welke sectoren staan het sterkst in Vlaanderen? Wat zijn onze voornaamste afzetmarkten? Welke landen investeren het meest in onze regio? Kortom, waar kunnen we Vlaanderen situeren op de economische wereldkaart? Alle mogelijke antwoorden vindt u – compact en overzichtelijk – in het Factbook 2012 - A closer look at Flanders.

Naar jaarlijkse gewoonte hebben we alle feiten over de internationalisering van Vlaanderen in een compleet en actueel overzicht gegoten. Ons Factbook 2012 - A closer look at Flanders zet alle economische cijfers en statistieken op een rijtje. In een aantal glasheldere

tabellen en grafieken ziet u hoe het gesteld is met Vlaanderen op het internationale plan. Daarnaast vindt u in de brochure ook een wereldkaart met al onze kantoren, evenals de contactgegevens van onze afdelingen in de Vlaamse provincies.



U kan het Factbook 2012 bestellen in de rubriek 'Brochures en folders' op www.flandersinvestmentandtrade.be.



Boven: Claire Tillekaerts en Karel Van Eetvelt, gedelegeerd bestuurder van respectievelijk FIT en UNIZO, sloegen de handen in elkaar voor een inspirerend rondetafelgesprek.

Een barometer voor het Vlaamse exportklimaat

Hoe is het nu werkelijk gesteld met het Vlaamse exportklimaat? UNIZO Internationaal besloot die kwestie uit te diepen en bracht met medewerking van FIT dertien uitmuntende Vlaamse exportbedrijven samen voor een boeiend rondetafelgesprek. Samen met Claire Tillekaerts, gedelegeerd bestuurder van FIT, kwamen zij tot de vaststelling dat de Vlaamse exportmarkt potentieel op overschot heeft.

UNIZO trommelde niet de minste exportbedrijven op. Zo tekenden niet alleen de huidige winnaars van de Leeuw van de Export – Waterleau en Skyline Communications – present, ook voormalige Leeuwen BEST Sorting, Duvel Moortgat en Orfit Industries zaten mee rond de tafel. Allemaal deden ze hun visie uit de doeken over het Vlaamse exportlandschap, om uiteindelijk ook het geheim te ontsluiten achter het Vlaamse succes in de internationale markten.

Innovatie is de sleutel

De cruciale sleutel tot het Vlaamse exportsucces blijft de drang naar innovatie.

Bedrijven die voortdurend nieuwe wegen aftasten en investeren in Onderzoek & Ontwikkeling, wekken de interesse van nieuwe markten. Daarnaast is ook de veelbesproken Vlaamse talentknobbel een belangrijke factor. Die zorgt er immers niet alleen voor dat exporteurs hun buitenlandse afnemers vaak in hun eigen taal kunnen benaderen, maar vergroot ook het aanpassingsvermogen aan de andere cultuur.

Rol van de overheid

Toch is het niet allemaal rozengeur en maneschijn. Zo wekt de overvloed aan Vlaamse steunmaatregelen verrassend

genoeg enige wrevel op. Vaak hebben kmo's immers geen tijd om zich te verdiepen in het subsidieklunnen en zien ze zo door de bomen het bos niet meer.

Ook de strenge wetgeving wordt door Vlaamse bedrijven soms gezien als een belemmering. De strikte regelgeving zorgt er volgens een aantal panelleden tegelijk wel voor dat exporterende kmo's extra sterk in hun schoenen staan. Wie aan de Vlaamse normen voldoet, kan namelijk overal in de wereld terecht.



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

CONTACTDAGEN

VS en Canada

7 tot en met 14 november 2012

Locatie: Vilvoorde, Antwerpen, Hasselt, Oudenaarde en Brugge

Inschrijven

kan tot en met 13 november 2012.

☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Spanje en Portugal

21 tot en met 28 november 2012

Locatie: Vilvoorde, Antwerpen, Hasselt, Sint-Niklaas en Roeselare

Inschrijven

kan tot en met 27 november 2012.

☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Italië

21 tot en met 28 november 2012

Locatie: Vilvoorde, Antwerpen, Hasselt, Sint-Niklaas en Roeselare

Inschrijven

kan tot en met 27 november 2012.

☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

GROEPSSTAND



Domotex Asia / Chinafloor – Sjanghai

26 tot en met 28 maart 2013

In het Verre Oosten is deze vakbeurs al jarenlang de belangrijkste op het gebied van vloerbekleding. In 2012 telde ze meer dan 1.100 exposanten uit 36 verschillende landen en kwamen er bijna 40.000 bezoekers op af. Ook voor Vlaamse ondernemers is de beurs interessant. Door de groeiende Chinese middenklasse – tegen 2025 wellicht 612 miljoen consumenten groot – ziet de toekomst er voor de vloerbekledingsector immers erg veelbelovend uit. Voor de veertiende keer zet FIT in samenwerking met 'Fedustria - Interieurtextiel' een Vlaams paviljoen op touw.

Inschrijven

kan tot 17 november 2012 op
www.flandersinvestmentandtrade.be

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

PSB-STAND



Ecobuild – Londen

5 tot en met 7 maart 2013

Ecobuild is uitgegroeid tot een onmisbaar evenement voor Vlaamse bedrijven die actief zijn op de markt van duurzame, groene bouwmaterialen. De beurs staat bekend als lanceerplatform voor de nieuwste trends en ontwikkelingen in de bouwsector. Vorig jaar ontving Ecobuild liefst 58.000 bezoekers – architecten, projectontwikkelaars, lokale overheden etc. – uit zowel binnen- als buitenland. FIT zal voor het eerst aanwezig zijn op deze internationale bouwbeurs. Op het groepspaviljoen, dat wordt gecoördineerd door de Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce, zullen we een onthaalstand annex 'meeting point' verzorgen.

Inschrijven

kan tot 10 december 2012 op
www.flandersinvestmentandtrade.be

📞 Francine Van Den Borre, 02 504 87 47
francine.vandenborre@fitagency.be

SEMINARIES



'Zorgsector in Nederland'

5 december 2012

De zorgsector in Nederland ontwikkelt zich in een bijzonder snel tempo en biedt tal van kansen voor Vlaamse bedrijven. Tijdens dit seminarie zal een gespecialiseerde Nederlandse organisatie de inkoopprocedures in de Nederlandse zorgsector toelichten. Een Nederlands adviesbureau gaat dan weer in op het 'care'-aspect van de zorgsector bij onze noorderburen. Vervolgens vertelt een Vlaamse ondernemer over zijn ervaringen. In het kader van de Exportdagen Noord-Europa kan u bovendien een individueel gesprek aanvragen met de Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) uit Nederland.

Inschrijven

kan tot en met 28 november 2012 op
www.flandersinvestmentandtrade.be

📞 Lukas Vanacker, 02 504 88 05
lukas.vanacker@fitagency.be



'De retailsector in het VK'

6 december 2012

Op dit seminarie komt u alles te weten over de Britse retailsector, die heel wat mogelijkheden herbergt voor Vlaamse ondernemers. Een Britse importeur van fine foods en een Britse voedselconsultant geven u een inkijk in de lokale retailmarkt. Na het seminarie kan u tijdens een broodjeslunch netwerken met sprekers en collega-ondernemers. In het kader van de Exportdagen Noord-Europa heeft u bovendien de mogelijkheid om een individueel gesprek aan te vragen met de VLEV uit het VK.

Inschrijven

kan tot en met 29 november 2012 op
www.flandersinvestmentandtrade.be

📞 Lukas Vanacker, 02 504 88 05
lukas.vanacker@fitagency.be

EXPORTDAGEN

Exportdagen Noord-Europa

5 tot en met 7 december 2012

Tijdens de Exportdagen in Grimbergen kan u uw exportdossier bespreken met de Vlaamse Economische Vertegenwoordigers uit Noord-Europa. Concreet zijn dat de VLEV's uit Duitsland, het VK, Ierland, Nederland, Noorwegen / IJsland, Denemarken, Zweden en Finland / Baltische Staten. Tijdens de middaglunch kan u informeel netwerken met de VLEV's en met collega-ondernemers.

Inschrijven

kan tot 30 november 2012 op
www.flandersinvestmentandtrade.be

📞 Linda Huybrecht, 02 504 88 37
linda.huybrecht@fitagency.be

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

Antwerpen

03 260 87 22
antwerpen@fitagency.be

Limburg

011 29 20 80
limburg@fitagency.be

Oost-Vlaanderen

09 267 40 80
oostvlaanderen@fitagency.be

Vlaams-Brabant

016 66 56 00
vlaamsbrabant@fitagency.be

West-Vlaanderen

050 24 74 10
westvlaanderen@fitagency.be

Internationale ondernemers verblijven tijdens hun zakenreizen regelmatig in het buitenland. Soms leven en werken ze er zelfs geruime tijd. Hoe beleven zij hun internationale carrière? Deze maand bevragen we Paul Wouters, CEO bij Senturiyon.

Verknocht aan de Indonesische levensstijl

De massa volgen, dat is niets voor mij. Veel liever ga en sta ik waar ik wil. Dat is altijd al zo geweest. Daarom besloot ik in 1999 om naar het buitenland te trekken. Via een tussenstop in Istanbul ben ik uiteindelijk in de Indonesische hoofdstad Jakarta terechtgekomen. Hier verleen ik intercultureel strategisch advies en geef ik raad inzake business en deal structuring. Als advocaat bij de Balie in Antwerpen ben ik daarnaast verbonden als juridisch adviseur bij Azmi & Associates Law Office, dat vestigingen heeft in Singapore en Kuala Lumpur. Vanuit Jakarta zijn die bestemmingen in amper twee uur vliegen te bereiken. Op die manier bestrijk ik zowat heel Zuidoost-Azië.

Indonesië heeft een zeer open economie, gericht op het buitenland. Dankzij de sterke economische groei heerst er bovendien een gunstig klimaat voor investeerders. De Europese financiële crisis heeft hier nagenoeg geen sporen achtergelaten. Dankzij een inwonersaantal van 265 miljoen – overwegend jonge mensen – zijn de mogelijkheden eindeloos.

Wanneer ik 's morgens opsta, weet ik vaak niet wat ik om tien uur zal doen. Dat is een van de grote verschillen met Vlaanderen, waar alles nauwkeurig georganiseerd is en je soms al maanden op voorhand activiteiten plant. Hier verlopen de zaken veel spontaner en onverwchter. Veel afspraken worden dan ook pas de dag voordien gemaakt. Door de permanente verkeerschaos in en rond Jakarta is het trouwens een avontuur op zich om tijdig op een meeting te geraken. Maar dat hoort erbij.

Zeg nooit nooit, maar ik denk niet dat terugkeren eenvoudig zal zijn.

Ik voel me inmiddels helemaal thuis in Indonesië. Aanvankelijk kostte het wel wat moeite om me zakelijk in te werken – een succesvolle business bouw je hier enkel op via een uitgebreid netwerk – maar nu zou ik het niet meer kunnen missen. Persoonlijk initiatief is nog vrijwel ongeremd mogelijk. Daarnaast betaal je hier weinig of geen belastingen. Dat heeft weliswaar tot gevolg dat er amper sociale voorzieningen zijn, maar als iemand in geldnood zit, door onverwachte ziekenhuiskosten bijvoorbeeld, staat de hele buurt meteen klaar om financieel bij te springen. Terwijl in Vlaanderen iedereen voor zichzelf zorgt, helpt men hier elkaar uit de nood.



Paspoort:

Naam:
Paul Wouters

Bedrijf:
Senturiyon

Sector:
(legal) consulting

Functie: CEO

Studies: Rechten

Leeftijd: 52 jaar



Kinderen die in hun pyjama naar de supermarkt gaan. Dat zie je in Europa niet zo gauw gebeuren. Maar hier kijkt niemand ervan op. Ook nemen Indonesiërs nog uitgebreid de tijd om een praatje te slaan en te buurten. Als ik dat zie, waan ik me terug kind in Vlaanderen. Die ongedwongenheid, relaxte sfeer en amicaliteit... dat zijn bijzonder aangename aspecten van de plaatselijke lifestyle. Door het koloniale verleden lette ik aanvankelijk op voor mogelijke wrijving tussen de Indonesiërs en Nederlandstalige buitenlanders. Maar daar is in werkelijkheid niets van te merken. Boze blikken, die zie je niet. De mensen zijn open met elkaar en – ondanks een beperkt salaris – oprecht trots op hun werk. En het spreekt vanzelf dat de zon hier elke dag schijnt.



Tokio vanop
de 54e verdieping



Dirk De Ruyver

Vlaamse Economische Vertegenwoordiger
in Tokio

Waar?

Roppongi Hills
6-10-1 Roppongi, Minato-ku

weleens een 'stad in een stad' genoemd. Je vindt er immers niet alleen kantoren, winkels, appartementen en restaurants, maar ook een avant-gardemuseum, hotel, bioscoop, tv-studio en zelfs een amfitheater. Niet toevallig oefent de minimetro-

pool een magische aantrekkingskracht uit op de Japanse consument.

Roppongi Hills is de uitvalsbasis van de Japanse financiële elite. Hoewel een deel daarvan wegtrok tijdens de financiële crisis, blijft het complex een symbool van de Japanse bedrijfscultuur. Roppongi Hills telt 2.000 bewoners, maar

daarnaast werken er nog eens 20.000 mensen. De meesten brengen hun dagen door in de centrale Mori Tower, een indrukwekkend bouwwerk van liefst 238 meter hoog.

Als je Roppongi Hills bezoekt, moet je hoe dan ook de lift nemen naar de bovenste verdieping. Van daaruit heb je een adembenemend zicht op het moderne Tokio. In september is Roppongi Hills dan weer de place to be voor de liefhebbers van het betere gerstenat. Sinds 2010 vindt daar jaarlijks het Belgian Beer Weekend plaats, waar duizenden bierfanaten op afkomen."

Sayonara!

"Van alle architecturale hoogstandjes die Tokio te bieden heeft, spant Roppongi Hills zonder twijfel de kroon. Sinds zijn opening in 2003 overheerst het imposante megacomplex de skyline van de Japanse hoofdstad. Roppongi Hills wordt

Boekentip

'Creashock'

Anders denken, durven doen met resultaat

Creativiteit is een belangrijke sleutel tot het succes van organisaties en ondernemingen. Vreemd genoeg is het vaak juist daar waar het schoentje knelt. 'Creashock' geeft managers en ondernemers onmisbare tips om de creativiteit intern aan te wakkeren.

De titel van het boek verwijst letterlijk naar de 'shock' die nodig is om de creativiteit te doen opborrelen. Aan de hand van bruikbare tips en concrete voorbeelden wordt beschreven hoe dat precies in z'n werk gaat. Stap voor stap legt de auteur uit hoe een organisatie de creativiteit en de innovatiekracht onder haar medewerkers kan stimuleren.

Over de auteur

Dirk De Boe is innovatiemanager bij TPVision, de joint venture van Philips TV. De Boe is gepassioneerd door innovatie en creativiteit, en ontving in 2010 zelfs de 'Bijzondere prijs voor Innovatie' van de Vlaamse regering. Hij geeft geregeld lezingen en workshops in binnen- en buitenland. Zo was Dirk De Boe in 2011 een van de sprekers op het World Creativity Forum in Hasselt.

'Creashock'

Anders denken, durven doen
met resultaat
ISBN 978-94-0140-332-0
Uitgeverij Lannoo





DE BESTSELLER TO SELL BETTER IN HET BUITENLAND

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

U kan het gratis bestellen op www.flandersinvestmentandtrade.be



Flanders Investment & Trade
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen