



Rapport d'activités
2005

**Direction du Commerce extérieur
de la Région de Bruxelles-Capitale**





RAPPORT D'ACTIVITES 2005

DE LA DIRECTION DU COMMERCE EXTERIEUR DE LA REGION DE BRUXELLES-CAPITALE

La Direction du Commerce extérieur de la Région de Bruxelles-Capitale est l'un des trois partenaires de Bruxelles Export.

En tant que service public, elle aide les petites et moyennes entreprises (PME) et les très petites entreprises (TPE) à prospector les marchés étrangers et leur offre un accompagnement personnalisé.

Elle mène aussi des actions collectives pour inciter les entreprises à exporter leurs produits et services et leur octroie des aides financières.

Cent vingt personnes travaillent à la Direction du Commerce extérieur : un tiers au siège de Bruxelles et deux tiers dans les postes de représentation à l'étranger.

A Bruxelles, la Direction est composée de quatre cellules :

- ~~LES~~ Budget et Coordination
- ~~LES~~ Incitants financiers à l'exportation
- ~~LES~~ Actions et Secteurs
- ~~LES~~ Information et Communication



1. Coordination et budget

La cellule Coordination et Budget gère le réseau des 33 attachés économiques et commerciaux bruxellois en poste à l'étranger. Elle coordonne leur retour annuel à Bruxelles pour rencontrer les entreprises (audiences individuelles). En juin 2005, elle a organisé un séminaire qui a rassemblé tous les attachés économiques et commerciaux bruxellois. Elle est encore responsable de la gestion budgétaire de la Direction du Commerce extérieur.

Réseau des attachés économiques et commerciaux

Jusqu'en 2005, outre les 33 attachés économiques et commerciaux bruxellois dépendant de la Direction du Commerce extérieur, une vingtaine d'attachés wallons offraient leurs services aux entreprises bruxelloises. Grâce à la signature en octobre 2005 d'un accord de coopération avec Flanders Investment & Trade (FIT) et l'AWEX (Agence wallonne à l'exportation), les entreprises bruxelloises peuvent faire appel à 87 attachés économiques et commerciaux (bruxellois, wallons et flamands). Leurs coordonnées et leurs dates d'audiences sont publiées dans le plan d'actions 2006 de Bruxelles Export.

Audiences des attachés économiques et commerciaux

En 2005, 31 attachés économiques et commerciaux sont venus à Bruxelles durant une semaine pour rencontrer les sociétés bruxelloises.

Chacun a reçu en moyenne 30 entreprises, ce qui représente un total de 950 rendez-vous.



De plus, 18 attachés économiques wallons qui, dans le cadre de l'accord de coopération travaillent également pour Bruxelles, ont passé de un à trois jours à la Direction du Commerce extérieur. En moyenne, chacun a rencontré 13 entreprises, soit un total de 257 rendez-vous.

Pour les marchés où la Région de Bruxelles-Capitale n'est pas représentée, 3 attachés flamands et 16 wallons ont rejoint la Direction pour une journée au moins, ce qui a encore engendré 179 rendez-vous. Au total, **1.386 rencontres** ont eu lieu.

En outre 13 attachés bruxellois ont reçu des entreprises wallonnes, flamandes et luxembourgeoises auprès de l'Awex, de Flanders Investment & Trade et de la Chambre de Commerce du Luxembourg.

Depuis septembre 2005, les entreprises bruxelloises peuvent prendre elles-mêmes des rendez-vous en ligne grâce au système « Bridge » que la Direction du Commerce extérieur partage avec ses partenaires de Bruxelles Export (Chambre de Commerce et d'Industrie de Bruxelles et Union des Entreprises de Bruxelles). Ce système informatisé rencontre quelques problèmes techniques auxquels des solutions seront apportées à brève échéance.

Budget et comptabilité

Le budget prévu pour la promotion du commerce extérieur était de 10,6 millions d'euros en 2005 (hors frais de personnel et de fonctionnement à Bruxelles).

Plus de la moitié du budget a été affectée à la représentation commerciale à l'étranger (salaires et frais de fonctionnement).

Le reste a été réparti entre les actions de promotion, les subsides aux entreprises pour des initiatives individuelles de promotion et de prospection, la communication externe et les subsides octroyés à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bruxelles (CCIB) et à l'Union des Entreprises de Bruxelles (UEB), partenaires de la Direction du Commerce extérieur au sein de Bruxelles Export.

Brussels Young Exporters program

En 2004, la Direction du Commerce extérieur lançait le « Brussels Young Exporters Program » qui encourage de jeunes demandeurs d'emploi à participer à une formation en commerce extérieur, puis à réaliser des études sectorielles et des études de marché à l'étranger.

Pour mener ce projet, la Direction du Commerce extérieur collabore avec l'asbl CEFORA, centre de formation de la CPNAE (Commission paritaire nationale auxiliaire pour employés).

Le premier volet du programme a débuté en novembre 2004 par trois mois de cours théoriques.

Le programme s'est poursuivi en 2005 par un stage pratique d'un mois dans une entreprise bruxelloise et d'un stage de trois mois à l'étranger auprès d'un attaché économique et commercial.



Pour cette première édition, neuf stagiaires avaient été sélectionnés : tous ont trouvé un emploi par la suite. La seconde édition de 2006 prévoit d'étendre le programme à quinze stagiaires.

Incitants financiers à l'exportation

Subsides aux PME bruxelloises

En 2005, La Cellule des Incitants financiers à l'exportation a traité 638 demandes de subsides émanant de petites et moyennes entreprises exportatrices bruxelloises, soit 16 % de plus que l'année précédente.

La ventilation des demandes entre les six incitants s'établit comme suit :

- participation à des foires et salons spécialisés à l'étranger : 277
- organisation de voyages de prospection hors UE : 196
- réalisation de supports promotionnels : 128
- participation à des appels d'offres pour des marchés hors UE : 18
- recours à des experts en commerce extérieur : 16
- participation à une formation en commerce extérieur : 3

Foires et salons spécialisés

Les 277 demandes portant sur des participations à des foires et salons spécialisés internationaux reflètent une nette progression par rapport à 2004 (247). Les entreprises bénéficiaires ont pu participer à quelque 150 salons différents. Les salons en France (127), en Allemagne (35) et au Royaume-Uni (20) ont enregistré le plus d'intérêt. En France, les plus grandes participations ont été enregistrées pour le salon « Maison & Objet » (28) et pour le salon « Prêt-à-Porter » (14), tous deux organisés à Paris.

Voyages de prospection hors Union européenne

La tendance à la hausse observée en 2004 pour cet incitant s'est poursuivie en 2005 puisque pas moins de 196 demandes de subside ont été enregistrées pour des initiatives de recherche de nouveaux marchés hors UE, contre 178 l'année précédente.

Les demandes introduites visaient 55 marchés différents. A l'instar de 2004, les demandes de voyages vers l'Asie ont été les plus nombreuses (64). Suivaient ensuite les voyages vers l'Afrique (48) et l'Amérique du Nord (41).

Appels d'offres pour des marchés hors Union européenne

Les 18 demandes introduites pour le remboursement partiel des frais liés à la poursuite d'appels d'offres internationaux lancés par des opérateurs publics ou privés pour des marchés hors UE ont principalement visé l'Afrique et les pays d'Europe centrale et orientale, comme au cours de l'exercice précédent.

Supports promotionnels à l'exportation

La progression des demandes introduites pour ce genre d'initiative s'est nettement accentuée en 2005 passant de 78 en 2003 et 106 en 2004 à 128 en 2005. Sans doute les PME bruxelloises sont-elles de plus en plus conscientes de l'importance de se présenter de manière professionnelle sur les marchés

étrangers. La majorité des demandes a porté sur la réalisation de sites Internet (70) et de brochures (41).

Experts en commerce extérieur

16 demandes de subside ont porté sur les frais de recours à l'assistance d'un expert en commerce extérieur contre 10 en 2004. Afin de faire connaître davantage cette formule, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bruxelles (dans le cadre de Bruxelles Export), a élaboré fin 2005 le projet « Brussels Export Consultancy ». Il vise à constituer une base de données qualitative de consultants et d'entreprises expertes dans le domaine de l'exportation et de la mettre à disposition de l'ensemble des sociétés bruxelloises. Cette initiative fera l'objet d'une campagne de promotion.

Formation en commerce extérieur

Seules 3 demandes ont été introduites pour cet incitant en 2005. Sans doute conviendra-t-il de promouvoir cet incitant auprès de PME qui voudraient se lancer dans l'exportation et auraient intérêt à participer à un programme de formation pour se familiariser avec les techniques en matière d'exportation.

Subsides aux fédérations professionnelles et associations apparentées

A l'instar de 2004, trois fédérations professionnelles ont bénéficié en 2005 d'un subside au titre d'une intervention de la Région de Bruxelles-Capitale dans les frais de leur programme de promotion des exportations pour les entreprises actives dans le secteur et ce en fonction de l'importance de l'emploi dans la Région pour le secteur considéré.

Subsides aux chambres de commerce belges à l'étranger et aux « Belgian Business Clubs »

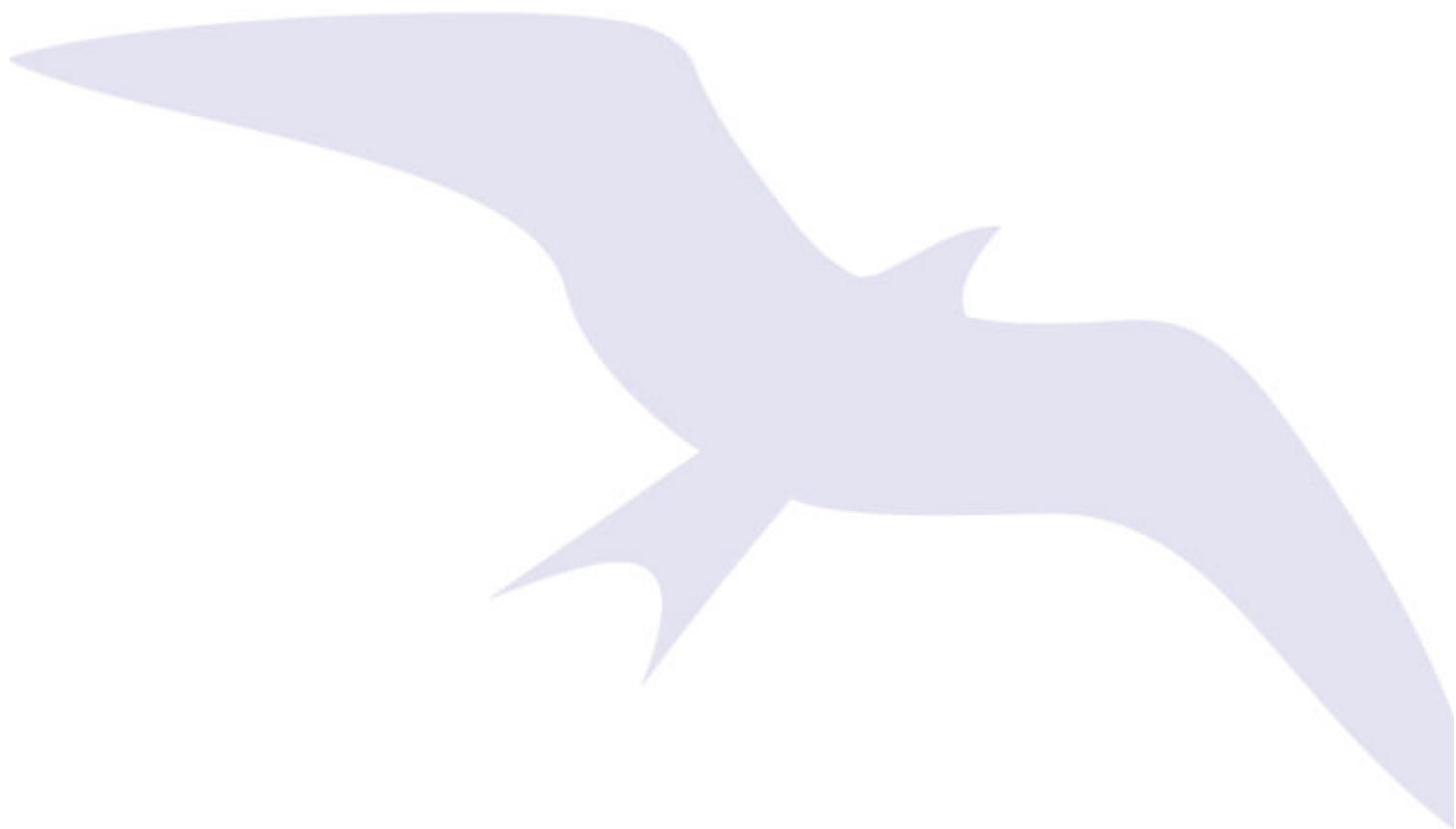
La Région de Bruxelles-Capitale ainsi que les Régions flamande et wallonne, en collaboration avec le Service Public Fédéral Affaires étrangères, Commerce extérieur et Coopération au développement, ont décidé de réactiver en 2005 les subsides aux chambres de commerce belges à l'étranger. Au total quelque 32 chambres de commerce et « Belgian Business Clubs » se sont vu attribuer un subside pour contribuer aux frais de réalisation de projets concrets de promotion des exportations dans le pays où elles/ils sont situés. Le Gouvernement bruxellois a accordé des moyens supplémentaires à la Direction du Commerce extérieur en 2005 pour augmenter ces subsides.

Paiements effectués

Les paiements de subsides se sont élevés à 1.082.517 € en 2005 :

LES participation à des foires et salons :	472.507 €
LES réalisation de voyages de prospection hors UE :	149.284 €
LES confection de supports promotionnels :	331.088 €
LES poursuite d'appels d'offres hors UE :	17.182 €

LES recours à des experts en commerce extérieur :	27. 184 €
LES fédérations professionnelles :	68. 149 €
LES chambres de commerce belges à l'étranger :	17. 123 €



3. Actions et secteurs

La cellule s'occupe, d'une part, de développer une expertise dans les secteurs de l'économie bruxelloise tournés vers l'exportation et de suivre, par secteur, l'évolution du potentiel des entreprises. D'autre part, elle établit et exécute un plan d'actions collectives annuel destiné aux exportateurs (potentiels) bruxellois.

Ces initiatives peuvent être sectorielles ou plurisectorielles (surtout à l'extérieur de l'Union européenne). La spécialisation individuelle (par opposition à l'organisation géographique toujours appliquée par nos homologues des deux autres Régions) permet une prestation de services aux entreprises plus personnalisée et doit déboucher sur un plan d'actions annuel mieux adapté aux besoins des exportateurs.

En 2005, un premier planning stratégique a été établi sur trois ans (2006-2007-2008). Tant les attachés sectoriels à Bruxelles que les attachés économiques et commerciaux (AEC) y ont collaboré. Contrairement aux pratiques de Flanders Investment and Trade et de l'Awex, il a été décidé, du moins pour l'instant, de ne communiquer aux entreprises que le plan d'actions 2006 et de limiter la réflexion stratégique à la Direction.

En outre, une estimation budgétaire et une argumentation individuelle ont été formulées pour chacune des actions proposées. Cependant, dans le cas d'un intérêt trop limité des exportateurs, il est prévu d'annuler une initiative et d'éventuellement la remplacer par l'accompagnement individuel d'un AEC.

Une autre modification concerne les PME : lorsqu'elles participent à une action collective en dehors de l'Union européenne, elles ne peuvent plus obtenir d'intervention directe dans les frais de voyage, mais doivent introduire un dossier pour solliciter l'incitant financier prévu pour les initiatives individuelles.

Suite au nouvel accord de coopération entre les trois Régions, le nombre d'AEC à la disposition des exportateurs bruxellois s'est fortement accru, ce qui implique de nouveaux défis dans la préparation du programme d'actions. Ainsi, l'accord mentionne explicitement qu'en principe toutes les actions collectives dans des postes communs (à l'exception des foires annuelles) sont ouvertes à toutes les entreprises pour lesquelles l'attaché est actif. Par conséquent, les opportunités pour nos exportateurs s'en trouvent augmentées, tandis que les tâches des AEC et des attachés sectoriels qui organisent ces actions sont plus complexes qu'avant.

Désormais, la Direction s'efforcera, dans la mesure du possible, d'harmoniser les conditions de participation aux actions collectives (droits d'inscription, prix pour la surface de stand) pour les entreprises participantes provenant des trois Régions.

Lors d'un séminaire de travail au mois de juin, les six attachés sectoriels et le réseau des AEC bruxellois ont présenté des exposés individuels sur le potentiel d'exportation et les spécificités des secteurs placés sous leur responsabilité. La spécialisation sectorielle accrue des collaborateurs à Bruxelles permet de rechercher de manière ciblée des opportunités de missions collectives, de participations à des foires, d'invitations d'acheteurs ou de séminaires d'information répondant aux besoins de nos entreprises.

La collaboration avec les partenaires privés au sein de Bruxelles Export (Union des Entreprises de Bruxelles et Chambre de Commerce et d'Industrie de Bruxelles) a été renforcée. Ainsi, les partenaires privés organisent des séminaires d'information à Bruxelles à l'occasion des audiences des attachés économiques et commerciaux ainsi que pour certains séminaires sectoriels à l'occasion de missions économiques.

Un accord de coopération a été signé avec l'Agence Bruxelloise pour l'Entreprise (ABE) en vue de collaborer à des actions dans des secteurs prioritaires pour les deux organisations (secteur médical, alimentation...)

La collaboration a également été poursuivie avec le BITC (tourisme et promotion de congrès).

C'est avec ces deux organisations (ABE et BITC) qu'a été testé le concept des « Brussels Days » à New York durant lesquels les actions des uns et des autres en matière d'image, de commerce extérieur, de tourisme et de promotion d'investissements sont présentées.

Un accord, conclu avec Flanders Investment & Trade et l'Awex, prévoit que, dans le cadre de l'accord de coopération (encore en négociation à l'époque), la coopération dans l'organisation d'actions sera déjà renforcée en 2006.

Lorsque cela s'avérera possible et utile pour les trois Régions, des actions de promotions seront organisées conjointement. Il s'agira notamment d'invitations d'acheteurs étrangers, de missions économiques et de participations collectives à des foires et salons. L'objectif est d'augmenter la masse critique de participants, tant pour sensibiliser les clients potentiels étrangers que pour l'image de marque des trois Régions.

La Direction a également collaboré avec l'Agence pour le Commerce Extérieur pour trois missions économiques importantes conduites par le prince Philippe en Inde, au Japon et au Brésil.

Au sein de la cellule, des équipes d'attachés, de prospecteurs commerciaux et d'assistants ont été créées par secteur, de manière à coordonner les efforts liés à la connaissance du potentiel d'exportation et à l'organisation d'actions collectives.

Nouvelles initiatives

86 actions ont été organisées en 2005, soit 20 % de moins qu'en 2004. Cette diminution s'explique par le fait que l'organisation des mini-séminaires des attachés économiques et commerciaux a été confiée aux partenaires privés de la Direction au sein de Bruxelles Export. De plus, une prestation de services plus personnalisée lors d'actions sectorielles a nécessité un investissement en temps plus important. Les attachés sectoriels ont aussi consacré plus de temps à la définition du potentiel des secteurs sous leur responsabilité. Enfin, un des attachés sectoriels n'est plus en service depuis la mi-2005 et aucun remplacement n'était encore prévu au 31 décembre. La moyenne du nombre d'initiatives organisées par les attachés sectoriels (14 par attaché) reste pourtant plus élevée que la moyenne des initiatives confiées aux collègues des agences flamande et wallonne.

Il a été décidé que les actions pour lesquelles le nombre d'inscriptions est insuffisant seront plus rapidement annulées tout en prévoyant un accompagnement individuel par l'attaché sectoriel et/ou l'attaché économique et commercial.

On tendra davantage vers des actions dont le rapport qualité/prix est optimal. En d'autres termes, on favorisera les actions pour lesquelles les exportateurs investissent un minimum de temps et d'argent par rapport à la qualité des contacts ou de l'information obtenue. Les journées de contacts à Bruxelles avec des acheteurs triés sur le volet auront clairement la priorité sur les actions collectives fort coûteuses dans le cadre de foires internationales.

Actions par type

3 missions plurisectorielles présidées par le prince Philippe : Inde, Japon et Brésil. La mission prévue au Canada a été reportée en 2006. Aux termes d'un accord conclu entre les Régions et l'Agence pour le Commerce Extérieur, la Chine et l'Inde figureront au moins tous les trois ans au programme de ces missions.

14 missions plurisectorielles et sectorielles vers 16 pays : Irlande, Norvège, Pologne, Russie, Roumanie/Bulgarie, Hongrie, Turquie, Israël, Iran, Libye, Maroc, Afrique du Sud, République démocratique du Congo, Kenya/Rwanda.

18 participations collectives à des foires professionnelles à l'étranger, plurisectorielles ou spécialisées, et 12 stands collectifs à des salons du livre internationaux.

Répartition sectorielle : alimentation (3), mode/design/produits de luxe (6), transport (2), énergie (1), construction et infrastructure (2), médical (1), environnement (1) et plurisectorielles (2).

13 séminaires sectoriels et plurisectoriels à Bruxelles : Secteur de la construction - Pays-Bas, Entreprendre en Afrique Centrale, Fonds Structurels européens, Travaux d'Infrastructure - France Canal Seine Nord, Projets

européens pour la Bulgarie et la Roumanie, Projets de la Banque Mondiale en Inde, Opportunités commerciales au Pérou, Opportunités commerciales au Brésil, Olympic Business Club, Techniques de marketing au Royaume-Uni, Secteur biotechnologique au Québec, Opportunités commerciales offertes par les projets de la Banque Mondiale à Washington et promotion de l'exportation par la Direction à l'« Ehsal Business School ».

19 journées de contact avec des acheteurs et des décideurs à Bruxelles ou à l'étranger ainsi que des invitations de journalistes de la presse professionnelle étrangère. Secteur informatique à Genève, audiovisuel à Marseille, Cannes, Amsterdam et Düsseldorf, alimentation en France, mode et mode enfantine en France, Espagne, Royaume-Uni et Japon, Design en France et Italie, Infrastructure en Uruguay, Transport en Pologne et Uruguay. Invitations d'acheteurs : Deutsche Bahn, Siemens, Nestlé, ICT Koweït, environnement Chine et plurisectoriel Canada.

5 accueils de délégations officielles : Chine (Sichuan), Cuba (Informatique), Russie, Grèce et Ouzbékistan.

2 visites collectives à des foires professionnelles : Cebit (Informatique) à Hanovre et Le Bourget (aéronautique) à Paris.



Le rapport annuel fournissait jusqu'en 2004 l'occasion de publier la liste des actions à succès en termes de nombre de participants. Actuellement, notre optique évolue vers une évaluation des actions en fonction des réactions des entreprises recueillies à l'occasion de débriefings ou de mailings d'évaluation. En effet, une mission sectorielle, personnalisée et ciblée pour 5 entreprises, peut constituer un grand succès, alors qu'une action plurisectorielle avec 25 participants n'aura parfois qu'un maigre résultat. Le feedback des entreprises, souvent difficile à obtenir, revêt donc une importance capitale pour l'évaluation ou la préparation d'actions.

Au total, on dénombre 945 participations individuelles d'entreprises à une ou plusieurs actions collectives, soit une baisse de 25 % par rapport à 2004.

Le nombre de participants par action (tous types confondus) est passé de 12 à 11.

Le nombre moyen de participants aux initiatives en Belgique est resté stable, alors qu'il a baissé pour les initiatives à l'étranger, surtout pour les missions hors Union européenne en raison de la modification du système de soutien financier.

On enregistre, pour la deuxième année consécutive, une baisse encore plus marquante qu'en 2004 des moyens financiers. C'est avec un budget plus limité et moins de subsides directs que l'on a organisé des actions moins onéreuses, mais sans concession au niveau de l'efficacité, bien au contraire.



4. Information et communication

Banque de données (www.brussels-exporters.be) et prospecteurs commerciaux

En 2005, trois prospecteurs commerciaux ont poursuivi leurs visites aux sociétés (près de 300). Ils ont ainsi enrichi la banque de données des exportateurs bruxellois qui compte 1 900 fiches. Depuis peu, les prospecteurs collaborent aussi à la réalisation d'actions sectorielles.

La collaboration avec l'Agence pour le Commerce Extérieur (ACE) a permis d'alimenter le fichier des exportateurs « fédéral » utilisé pour l'envoi d'opportunités d'affaires (adjudications, propositions d'affaires et projets) et de mettre à jour le CD-ROM « BLUE ». Plus de 20 mailings ont été transmis via le système de Diffusion Sélective de l'Information de l'ACE.

Grande nouveauté de l'année 2005 : l'entrée en fonction en mai de la banque de données « Export » qui permet aux attachés commerciaux et aux internautes de disposer d'informations en temps réel sur Internet (www.brussels-exporters.be). Elle contient les fiches d'environ 2 500 sociétés bruxelloises (potentiellement) exportatrices.

Ce nouvel outil en ligne est d'autant plus utile que le nombre d'attachés commerciaux travaillant pour Bruxelles Export a nettement augmenté depuis la conclusion de l'accord de collaboration interrégional.

Site Internet (www.bruxelles-export.be) et Trade Point Brussels

La page d'accueil du site offre une meilleure structure afin de permettre aux exportateurs de trouver facilement les informations récentes.

Deux nouvelles rubriques ont été ajoutées : d'une part, la rubrique « monographies » permet aux exportateurs bruxellois de recevoir gratuitement par voie électronique les études « pays » mises à jour par nos attachés commerciaux. D'autre part, la rubrique « emploi » donne des informations sur les emplois vacants à la Direction du Commerce extérieur et sur les initiatives de la CCIB en matière d'emploi.

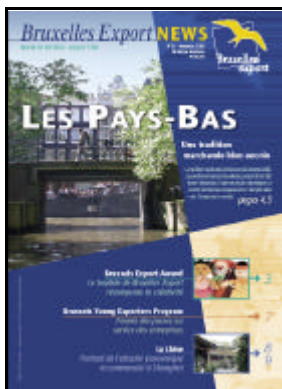


En mai 2005, le site Internet du « Trade Point Brussels », www.tradepoint.org/brussels, est devenu opérationnel et une campagne de promotion sur cette plate-forme électronique d'information a été menée auprès des exportateurs bruxellois.

Les services du Trade Point sont présentés sur le site Internet de Bruxelles Export.

Publications

Le magazine *Bruxelles Export News* est devenu bimestriel en novembre 2005. Il compte deux pages supplémentaires dans chaque version linguistique. Un nouveau lay-out et une couverture en quadrichromie visent à le rendre plus attrayant.



Pour compléter l'information fournie aux exportateurs et pour s'adapter aux nouvelles méthodes de communication, une newsletter électronique bimestrielle a été lancée en décembre.

Elle est envoyée en alternance avec le magazine « papier ».

Un plan d'actions bilingue, classé par secteurs, a été publié en 2005. Outre des informations sur les actions collectives de Bruxelles Export, il contient les adresses de nos attachés économiques et commerciaux ainsi que celles des responsables de la Direction.

Le rapport d'activités 2004 de la Direction du Commerce extérieur a été publié au mois de mai.

La brochure « Made in Brussels », qui présente à l'étranger les atouts de la Région de Bruxelles-Capitale et ses principaux acteurs institutionnels, a été actualisée et rééditée en français, néerlandais, anglais, espagnol et arabe. De nouvelles versions linguistiques (portugais, japonais et russe) ont été éditées en fonction du programme des missions économiques conduites par le prince Philippe.

Toutes ces versions sont disponibles en format pdf sur notre site Internet anglais.



Communication

La cellule Information et Communication a mené deux projets en 2005 : une signalétique « Bruxelles Export » a été installée au 500 de l'avenue Louise en collaboration avec nos partenaires de la CCIB et de l'UEB.

Par ailleurs, deux présentations PowerPoint ont été développées en anglais avec l'aide d'un bureau de communication : l'une présente les activités de la Direction du Commerce extérieur, l'autre présente la Région de Bruxelles-Capitale aux sociétés étrangères.

De nouvelles annonces publicitaires en français, néerlandais et anglais ont été finalisées. Elles sont utilisées pour toutes les initiatives publicitaires.

En 2005, la Direction du Commerce extérieur a placé des annonces dans des supports classiques correspondant directement à sa cible tels « Made in Belgium », « Export Services », le supplément « La PME et l'exportation » du magazine PME/KMO, des publications de la CCIB (« Brussels Economic & Export Directory » et « Entreprendre/Dynamiek »), le « Guide du management » de « L'Usine/Het bedrijf » ou encore Promedia.

D'autres insertions ont également été placées dans de nouveaux supports : « Trends, Tendances » - dans le supplément « Les Gazelles » consacré à la Région de Bruxelles-Capitale, le Kompass (site, CD-ROM et papier), les sites d'ABC, l'ouvrage « Welcome to Be » (annonce commune avec l'Agence bruxelloise pour l'Entreprise), le supplément « Plus Belgique » du magazine « Jeune Afrique » ou encore le « Market Essential Guide to Belgium » édité par nos collègues britanniques.

Dans le cadre des 175 ans de la Belgique, la Direction a participé au supplément « Belgique sans frontières » édité par La Libre Belgique et a tenu un stand d'information au salon 175/25 qui s'est tenu à Brussels Expo.

Le décrochage matinal bruxellois de la radio Vivacité (RTBF) a diffusé cinq interviews de nos attachés commerciaux.

Enfin, pour améliorer la notoriété de Bruxelles Export et assurer une meilleure diffusion de nos brochures dans les milieux économiques bruxellois, la Direction est devenue partenaire du projet BizzBox qui permet de bénéficier de près de 200 points de distribution ciblés sur le territoire bruxellois.



Bruxelles Export

Direction du Commerce extérieur du ministère de la Région de Bruxelles-Capitale

Avenue Louise 500 B4
1050 BRUXELLES
Tel : 02/645.25.50
Fax : 02/645.25.70
infos@brussels-export.irisnet.be

www.bruxelles-export.be - www.brussels-exporters.be