

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 98
van **ROBRECHT BOTHUYNE**
datum: 8 november 2017

aan **PHILIPPE MUYTERS**
VLAAMS MINISTER VAN WERK, ECONOMIE, INNOVATIE EN SPORT

Week van de Bedrijfsoverdracht 2017 - Evaluatie

In de week voor de herfstvakantie organiseert het Agentschap Innoveren en Ondernemen, met zijn partners, de Week van de Bedrijfsoverdracht. Daarmee wil men drie doelen bereiken:

- het aanmoedigen van de bedrijfsoverdracht door erover na te denken;
- de ondernemers informeren over de verschillende facetten van de bedrijfsoverdracht;
- dienstverleners zich kenbaar laten maken.

1. Welke concrete acties werden er dit jaar binnen de Week van de Bedrijfsoverdracht aangepakt?
2. Zijn er zaken die volgend jaar anders aangepakt zullen worden? Welke zijn dit?
3. Hoeveel mensen reageerden/kwamen naar een infosessie/workshop tijdens de Week van de Bedrijfsoverdracht 2017?
4. Hoeveel bedrijven deden mee aan deze Week van de Bedrijfsoverdracht? Graag een overzicht per kmo, groot bedrijf per provincie.
5. Hoe evalueert de minister dit cijfer tegenover de voorgaande infoweken rond bedrijfsoverdracht?
6. Wat is het jaarlijkse budget voor de Week van de Bedrijfsoverdracht en dat voor de voorbije vijf jaar?

ANTWOORD

op vraag nr. 98 van 8 november 2017

van **ROBRECHT BOTHUYNE**

1. In grote lijnen waren de acties voor de Week van de bedrijfsoverdracht gelijkaardig aan die van de andere jaren. Toch waren er enkele nieuwe accenten.
De campagne startte met een brief die ik eind september verstuurde naar bijna 30.000 ondernemers die ouder zijn dan 55 jaar.
Nadien volgde een mediacampagne. Dit blijft een belangrijke actie om breed te sensibiliseren. Er is gekozen voor een multimediale aanpak in de plaats van het louter aankopen van mediaruimte. Hiervoor werd een wedstrijd uitgeschreven. Het voorstel van De Persgroep en Mediafin kon de jury het best overtuigen.
De campagne bestond uit drie fasen. In de zomer organiseerde De Persgroep een enquête bij bedrijven. De resultaten daarvan werden gebruikt om thema's te kiezen voor de katernen. In de tweede fase werd vooral ingezet op bewustmaking en informatieverstrekking. Hiervoor werd een speciale katern toegevoegd aan de Tijd, De Morgen en Vacture. Er waren ook online dossiers op HLN.be en Tijd.be Alleen al in print bereikten we meer dan 400.000 lezers. De derde fase had tot doel trafiek naar de website, aanvragen voor het infopakket bedrijfsoverdracht en deelnemers voor de Week van de bedrijfsoverdracht te genereren. Via advertenties in de geschreven pers bereikten we 2.192.500 lezers. Ook waren er activerende banners op Tijd.be, het digitaal netwerk van de Persgroep en de website van het Agentschap Innoveren & Ondernemen. Het digitaal netwerk van de Persgroep bevat ook een nieuw platform dat zich specifiek richt naar startende ondernemers. Tot slot was er ook een radiospot te horen op Radio 1 en Studio Brussel.
Buiten de opdracht van De Persgroep en Mediafin waren er ook twee uitzendingen op Kanaal Z waarin bedrijfsreportages over een familiale opvolging en een overname door het management aan bod kwamen en verschenen redactionele bijdragen in De Vlaamse Ondernemer.
De Week van de Bedrijfsoverdracht ving aan met een startevent van het Agentschap Innoveren & Ondernemen, dit jaar in Gent. Daar waren infosessies, een adviesplein en een infomarkt. Overdragers en overnemers konden er contacten leggen met adviseurs, coaches, overnamebemiddelaars, overnameplatformen, financiële instellingen en de partners van het agentschap. Dit jaar mikte het startevent vooral op micro ondernemingen.
In de rest van week mikten we vooral op kmo's. Er vonden heel wat infosessies en webinars plaats en er waren vele mogelijkheden tot individuele adviesgesprekken. Het slotevent op vrijdag ging over de complementaire rollen van cijferberoepen en overnamebegeleiders in het overnameproces. Dat slotevent organiseerden wij samen met de collega's van het Waalse en het Brusselse gewest.
Meer dan de voorbije jaren, heb ik andere partijen betrokken: starters en groeiers die willen overnemen, de cijferberoepen en overnamebegeleiders.
2. De evaluatie is nog niet volledig rond. De planning voorziet om begin 2018 conclusies te trekken.
3. Hierbij de voorlopige cijfers:
 - Infosessies: 721 bezoekers
 - Individuele adviesgesprekken buiten het startevent: 36
 - Infopakket: 412

4. De cijfers zoals u ze vraagt zijn niet beschikbaar. Wat de verdeling per provincie betreft, mogen we er van uit gaan dat de meeste evenementen een lokaal publiek aantrekken. Dat is ook de reden waarom de Week van de Bedrijfsoverdracht een hele week duurt en in heel Vlaanderen plaats vindt.

De Week van de bedrijfsoverdracht mikt vooral op micro-ondernemingen en kmo's. Het startevent van het agentschap mikte dit jaar expliciet op micro-ondernemingen.

Partner	Locatie sessie	Effectief aanwezig
maandag		
Agentschap Innoveren & Ondernemen	3Square Gent	149
Voka	3Square Gent	35
		184
Dinsdag		
Unizo	Genk	5
Voka	Mechelen	31
Konsilanto	Mechelen	15
Persona Accounts	Roeselare	2
OBA	webinar	67
EY	Machelen	9
Horecapartners	Antwerpen	2
		131
woensdag		
ABM plus	Kampenhout	20
EY	Borgerhout	18
Astrealaw	Berchem	20
Sequensis		7
		65
donderdag		
Voka	Waregem	105
NSZ	Antwerpen	60
Hancon	Heusden-Zolder	3
VD&P Corp Finance	Gent	7
Antwerp Management School	Antwerpen	14
Unizo - Connect 2.0	webinar	55
EY	Gent	16
		260
vrijdag		
Voka	Hasselt	20
Horeca Partners	Antwerpen	3
Agentschap Innoveren & Ondernemen - Sowaccs - 1819	Brussel	58
		81
	Totaal Week Bedrijfsoverdracht	721

5. De cijfers over de bezoekersaantallen en aanvragen voor het infopakket liggen in lijn met de voorbije jaren. De Week van de Bedrijfsoverdracht heeft het thema

bedrijfsoverdracht opnieuw op de gespreksagenda gezet. We zien dat aan het verhoogd aantal publicaties en evenementen in de periode september – november.

6. Het budget voor de Week van de bedrijfsoverdracht is over 7 jaren gestegen van 180.000 naar 275.000 euro. Dit omvat de kosten van de brief, de mediacampagne en het startevent. In dit bedrag zijn niet begrepen de kosten van ondernemersorganisaties, private dienstverleners en academische instellingen die voor eigen rekening activiteiten organiseren. Daarnaast organiseren ook enkele partners van de overheidsopdracht ondernemersschapsstimulering activiteiten. Zij worden daarvoor door het agentschap vergoed op basis van de factuur die zij in januari zullen sturen. Op basis van het verleden ga ik er vanuit dat hun dienstverlening voor het hele jaar ongeveer 350.000 euro zal kosten.